

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Kemajuan teknologi komunikasi semakin berkembang dengan pesat, teknologi mampu membawa berbagai informasi dari satu belahan dunia ke belahan dunia yang lain, baik informasi mengenai ilmu pengetahuan, pendidikan, budaya, atau fenomena yang sedang terjadi. Begitu mudah memperoleh dan membagikan informasi melalui media komunikasi yang canggih apalagi dengan munculnya *new media* atau media baru yang sangat berperan penting dalam proses pertukaran informasi. Media baru atau lebih dikenal dengan istilah internet yaitu jaringan antar komputer yang mempunyai hubungan langsung antara satu komputer dengan komputer lain di dunia yang memiliki alamat masing-masing yang dinamakan web.

Media baru berkembang dengan begitu cepat terutama di Indonesia, kemudahan dalam mengakses data membuat masyarakat hidup dalam ketergantungan dengan media. Apalagi dengan bermunculan berbagai jenis aplikasi baru yang semakin canggih, sehingga mempermudah dalam melakukan interaksi sosial tanpa terhalang jarak dan waktu. Beberapa jenis media baru yaitu internet, email, website, blog, media sosial dan lainnya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, namun dari sekian banyak jenis media baru tersebut yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan interaksi yaitu media sosial.

Media sosial yaitu adalah media online yang terkoneksi internet dan mampu menghubungkan penggunanya tanpa batas geografis, ruang maupun waktu, tujuannya untuk melakukan komunikasi, berbagi sesuatu, dan mengungkapkan pendapat. Awalnya media sosial diciptakan agar orang-orang dapat berinteraksi namun seiring dengan perkembangannya banyak bermunculan jenis media sosial dengan berbagai keunggulan masing-masing. Media sosial yang semula hanya bisa untuk *chatting*, kemudian dapat berbagi cerita, komentar, foto, video, melakukan *video call*, dan aktivitas lainnya.

Perkembangan media sosial di Indonesia sangat pesat sejak didukung infrastruktur internet juga teknologi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 sekitar 132,7 juta atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia terhubung dengan internet dan 95% aktivitasnya adalah mengakses media sosial. Bahkan Indonesia juga diramalkan menjadi negara yang paling aktif di media sosial dan jumlahnya paling besar. Hal tersebut disebabkan karena kemudahan akses penggunaan media sosial melalui *mobile phone* yang mana hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia mempunyai *mobile phone*.

Masyarakat Indonesia sangat *up to date* terhadap media sosial, setiap munculnya media sosial baru maka masyarakat Indonesia akan cenderung aktif di media tersebut padahal mereka sudah memiliki akun di media sosial yang lain. Bahkan ada pula masyarakat yang sangat aktif dengan memiliki akun di berbagai media sosial. Padahal tidak jarang teman di salah satu media sosial dia merupakan

orang yang sama yang juga berteman di media sosial lainnya. Salah satu media sosial yang sekarang sedang digemari yaitu instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Instagram mempunyai banyak fitur seperti pengikut atau *followers*, mengunggah foto, kamera, efek foto, judul foto, *aroba*, label foto, *geotagging*, jejaringan sosial, tanda suka, populer, dan menandai foto dengan bendera.

Dari banyak fitur yang ada dalam instagram semua dapat dimanfaatkan pengguna untuk berbagi dan melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya. Proses komunikasi dalam instagram diawali dari pengguna saling mengikuti satu sama lain, pengguna yang mengunggah foto dapat memberikan judul, lokasi, label atau mencatumkan nama pengguna lain kemudian diunggah. Setelah foto diunggah pengguna lain dapat memberikan respon dengan memberikan tanda suka dan dapat memberikan komentar untuk foto yang diunggah sehingga dapat terjalin komunikasi antara pengguna yang satu dengan pengguna lainnya. Tetapi bukan tidak mungkin jika foto yang diunggah juga tidak mendapat respon sama sekali.

Komunikasi yang terjadi dalam instagram akan lebih banyak membicarakan mengenai foto yang dibagikan. Instagram dijadikan media untuk eksistensi diri, setiap foto yang diunggah diharapkan mendapat banyak respon berupa tanda suka atau komentar positif sehingga memberikan rasa kepuasan kepada penggunanya dan diharapkan akan menambah jumlah pengikut karena semakin banyak pengikut maka semakin besar peluang untuk tetap eksis.

Komunikasi yang terjadi tidak selalu efektif, sama halnya komunikasi yang terjadi dalam media sosial instagram tidak selalu efektif dan menimbulkan hal yang positif. Ini dipengaruhi oleh pendapat dan sudut pandang yang berbeda terhadap suatu hal, tidak selalu apa yang diunggah pengguna di instagram maksudnya dipahami oleh pengguna lain, karena sikap seseorang ketika menerima pesan tidak sama, ada yang menelan pesan tanpa disaring terlebih dahulu ada juga yang kritis terhadap pesan yang diterimanya, perbedaan tersebut yang akhirnya akan membuat komunikasi menjadi tidak efektif bahkan menimbulkan kesalah pahaman.

Kesalah pahaman yang terjadi dalam proses komunikasi melalui media sosial akan beruntut panjang, dengan adanya berbagai pendapat membuat orang semakin salah paham dan akan berakhir pada pro kontra. Orang yang pro atau kontra terhadap suatu hal biasanya akan menciptakan kelompok untuk memperkuat argumen mereka, maka akan terbentuk kelompok "*lovers*" yang pro dan "*haters*" yang kontra.

Orang yang pro akan cenderung membela suatu hal baik itu peristiwa, tokoh, fenomena, dan lain sebagainya. Mereka akan mengungkapkan dukungan mereka dengan bahasa yang baik dan cenderung memotivasi. Berbeda dengan orang yang kontra mereka akan menyampaikan penolakannya dengan lebih agresif menggunakan kata-kata yang tidak baik dan cenderung menyudutkan atau menyalahkan. Dalam instagram sendiri pro kontra selalu ada, itu merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan karena instagram merupakan media sosial yang bersifat umum sehingga ada kebebasan dalam menyampaikan pendapat.

Kebebasan menyampaikan pendapat tidak selalu digunakan dengan baik, kebebasan tersebut sering disalah gunakan dengan memberikan pendapat yang tidak bertanggung jawab. Seperti para *haters* mereka sering memberikan pendapat negatif dengan bahasa yang terkadang tidak sopan untuk menyampaikan ketidak sukaan atau penolakannya. Instagram sering menjadi media untuk *haters* menyampaikan ketidak sukaannya baik secara langsung pada penggunanya atau terhadap suatu fenomena. Bukan hanya memberikan komentar biasanya para *haters* sengaja membuat meme untuk dan menjadikan meme tersebut bahan untuk mengejek atau mencela.

Kegiatan mengejek atau mencela suatu hal di media sosial bukan hal yang asing karena pada media sosial lain sebelum instagram memang sudah banyak terjadi dan sering kali memang yang melakukannya adalah para *haters* walaupun ada juga *haters* yang bersikap lebih bijak dengan menyampaikan ketidak sukaannya dengan bahasa yang baik tanpa menyudutkan atau mencela. Perilaku *haters* memang kadang tidak bisa dikontrol mereka hanya mementingkan kepuasannya saja dengan mencela secara terus menerus hingga menjadi suatu kebiasaan sehingga muncul fenomena *bullying*.

Bully sendiri berarti kekerasan, penindasan, atau pelecehan baik secara verbal maupun nonverbal yang secara terus menerus atau berulang. *Bully* bukan dikarenakan adanya dendam secara pribadi, namun biasanya dikarenakan ketidak sukaan terhadap sesuatu yang dianggap berbeda atau tidak sesuai dengan diri kita. Sehingga muncul penolakan dan berusaha untuk mempengaruhi orang lain agar

memiliki persepsi yang sama dengan kita agar mendapat dukungan untuk ikut *bully* hal yang kita tidak suka.

Perilaku *bullying* dalam instagram sedang marak terjadi terutama para *public figure* mereka sering kali mendapat perilaku *bully* dari *haters* nya. Bukan hanya *public figure* masyarakat biasa juga bisa mendapat *bully* jika mereka mengunggah foto yang mengundang komentar negatif seperti foto yang ada unsur pornografi, unsur sara, dan lainnya. Kesalahan dalam memilih foto yang akan diunggah sering menjadi penyebab terjadinya *bullying* di instagram, foto yang kita unggah tidak selalu disukai oleh orang lain apalagi bagi *haters* foto yang biasa saja bisa jadi bahan untuk mem *bully* karena mereka cenderung mencari celah untuk mencela dan berkomentar negatif yang kemudian diikuti oleh pengguna lainnya.

Orang yang sering mendapat perilaku *bully* adalah *public figure* karena mereka sosok yang terkenal sehingga perilaku mereka di media sosial akan menjadi perhatian para pengguna media sosial lainnya. Sering kali *public figure* menjadi korban *bully* para *haters* nya sehingga tidak mudah bagi mereka dalam membela diri karena *haters* selalu mencari kesalahan sekecil apapun. Tidak jarang seseorang membuat suatu kehebohan di instagram dengan mengunggah foto yang mengundang komentar negatif sehingga ia di *bully* dan foto yang diunggahnya memasuki halaman populer. Itu sengaja dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari para pengguna instagram dan agar mendapatkan banyak *followers* karena biasanya korban *bullying* mereka memiliki *followers* yang banyak.

Bullying bukan perilaku yang baik sehingga tidak seharusnya dilakukan, *bullying* mencerminkan perilaku seseorang yang tidak baik dan itu merupakan suatu

kejahatan apalagi *bullying* dalam media sosial itu melanggar hukum. Namun disayangkan masyarakat banyak yang tidak patuh pada hukum dan mereka tetap melakukan *bully* secara terus menerus padahal *bullying* akan sangat berdampak buruk bagi korbannya.

Dampak dari *bully* memang tidak akan terlihat secara langsung, namun secara perlahan perilaku *bully* yang diterima seseorang akan membuat psikologis dari orang tersebut terganggu. Banyak mereka yang menjadi korban *bully* menjadi minder, takut, bahkan menjadi kriminal, namun ada juga yang justru termotivasi untuk lebih baik agar bisa membuktikan pada teman-teman atau lingkungan yang telah mem *bully*. Tergantung bagaimana orang tersebut mampu menghadapi perilaku *bully* yang diterimanya, namun dari sekian banyak kasus *bully* yang terjadi memang berdampak buruk bagi psikologis korbannya.

Ketidak tahuan masyarakat mengenai dampak dari *bully* menyebabkan mereka terus melakukan *bully* terhadap seseorang, karena mereka hanya berpikir bagaimana mengungkapkan ketidak sukaan atau kekesalan mereka agar mendapat kepuasan dari mem *bully* orang yang tidak disukainya. *Bully* merupakan suatu tindakan kriminal termasuk *bully* yang dilakukan di media sosial atau internet, karena ada undang-undang yang mengatur tentang perilaku *bully* dan undang-undang mengenai penggunaan teknologi. Undang-undang mengenai *bully* di media sosial diatur dalam UU ITE nomor 11 tahun 2008 pasal 27 ayat (3) “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mensistribusikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”. Adapun ancaman pidana bagi

mereka yang memenuhi unsur dalam pasal 27 ayat (3) adalah dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 miliar.

Undang-undang *bully* sudah diatur dengan baik, namun untuk di Indonesia interpretasi dari undang-undang tersebut memang masih kurang, bahkan tidak semua masyarakat mengetahui mengenai undang-undang tersebut sehingga mereka tanpa ragu melakukan *bully*. Jika ada yang menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan masalah *bully* maka orang tersebut akan dianggap berlebihan dan justru tambah mendapat *bully* dari *haters* nya. Jika hukum mengenai *bully* sudah diterapkan dengan baik dan masyarakat sudah sadar hukum, maka perilaku *bully* akan sangat berkurang karena mereka akan memiliki rasa takut ketika akan melakukan *bully* terhadap orang lain apalagi *bully* melalui media sosial. Bukan hanya berpegang pada hukum negara, jika masyarakat berpegang pada hukum agama maka mereka juga tidak akan melakukan *bully* kepada orang lain karena dalam agama dijelaskan bahwa manusia tidak boleh menyakiti satu sama lain, apalagi jika sampai melakukan fitnah kepada orang lain. Terkadang seorang *haters* melakukan *bully* dengan memfitnah orang tersebut yaitu dengan menyebarkan berita palsu agar ia buruk di mata orang lain sehingga semakin banyak orang yang tidak suka dan semakin banyak yang ikut mem *bully* orang tersebut.

Dalam agama islam dijelaskan bahwa fitnah lebih kejam dari pembunuhan, tercantum dalam dalil Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 191 "Dan bunuhlah mereka dimana saja kamu jumpai mereka, dan usirlah mereka dari tempat mereka telah mengusir kamu (Mekah); dan fitnah itu lebih besar dari pembunuhan, dan janganlah kamu memerangi mereka di Masjidil Haram, kecuali jika mereka memerangi kamu

di tempat itu. Jika mereka memerangi kamu (di tempat itu), maka bunuhlah mereka. Demikianlah balasan bagi orang-orang kafir”. Sudah sangat jelas bagaimana hukuman bagi orang-orang yang melakukan fitnah terhadap orang lain dan jika masyarakat berpegang pada agamanya maka ia akan menjauhi fitnah karena mengetahui seberapa besar dosa dari fitnah dan akan takut terhadap hukuman dari memfitnah orang lain. Orang yang mempunyai pondasi agama yang kuat ia akan menjauhi hal-hal yang dianggap dosa. Namun pada masyarakat hukum agama terkadang tidak diperdulikan, karena mereka hanya berpikir bagaimana untuk melampiaskan emosi tanpa berpikir bagaimana dampak dari perbuatan yang dilakukan baik dampak untuk diri sendiri ataupun dampak bagi orang lain.

Banyak masyarakat yang tidak berpegang terhadap aturan hukum agama dan hukum negara karena itu mereka dengan bebas melakukan *bully* terhadap orang lain, selain itu perilaku *bully* juga disebabkan oleh konsep diri seseorang. Bagaimana seseorang mengkonsep dirinya maka akan terlihat dari perilakunya. Orang yang memiliki konsep diri yang baik (positif) maka ia akan berperilaku baik juga, ia akan menghargai dirinya sendiri juga menghargai orang lain. Sedangkan orang yang memiliki konsep diri tidak baik (negatif) ia cenderung berperilaku tidak baik bukan hanya kepada orang lain bahkan terhadap dirinya sendiri bahkan ia akan mudah terpengaruh oleh orang lain karena ia tidak mempunyai pendirian yang kuat. Karena itu orang yang sering melakukan *bully* terhadap orang lain maka ia pasti memiliki konsep diri yang tidak baik, karena ia tidak dapat berperilaku baik terhadap orang lain dan memiliki perasaan dendam terhadap orang lain sehingga melakukan berbagai cara untuk melampiaskan emosinya

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah: **“Bagaimanakah Realitas *Bullying* Pada Media Sosial Instagram?”** (Studi Fenomenologi pada Pengguna Akun Instagram di Bandung)

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pemaknaan Pengguna Akun Media sosial sebelum menjadi pengguna instagram?
2. Bagaimana pemaknaan pengguna akun instagram ketika sedang menggunakan instagram?
3. Bagaimana pemaknaan pengguna akun instagram setelah menjadi korban *bully* ?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: Untuk Mengetahui Realitas *Bullying* Pada Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Akun Instagram di Bandung)

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Mengetahui pemaknaan tentang media sosial sebelum menjadi pengguna instagram
2. Mengetahui pemaknaan pengguna akun instagram ketika sedang menggunakan instagram
3. Mengetahui pemaknaan pengguna akun instagram setelah menjadi korban *bully*

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Kuswarno (2009: 36-37) posisi metodologis fenomenologi:

1. Fokus pada sesuatu yang nampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan sehari-hari.
2. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.
3. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakan, dengan institusi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian, dan pemahaman yang hakiki.

4. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskriptif fenomenologi akan sangat dekat dengan kealamiah (tekstur, kualitas, dan sifat-sifat penunjang) dari sesuatu. Sehingga deskripsi akan mempertahankan fenomena itu seperti apa adanya, dan menonjolkan sifat alamiah dan makna dibalikinya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena “hidup” dalam term yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain sama “hidup”-nya antara tampak dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indera.
5. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian penelitian fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati. Analoginya, peneliti itu menjadi salah satu bagian *puzzle* dari sebuah kisah biografi.
6. Integrasi dari subjek dan objek. Persepsi penelitian akan sebanding/sama dengan apa yang dilihat/didengarnya. Pengalamannya akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.
7. Investigasi yang dilakukan dalam kerangka intersubjektif, realitas adalah salah satu bagian dari proses secara keseluruhan.
8. Data yang diperoleh (melalui berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.

9. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Bahaya kesalahan penggunaan media sosial untuk psikologis penggunanya sehingga diperlukan perhatian agar terjalin komunikasi yang efektif antar pengguna media sosial sehingga dapat menghindari masalah pertemanan di media sosial.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan khasanah ilmu komunikasi yang berada dalam posisi lintas disiplin ilmu, khususnya komunikasi interaksi simbolik dan ekologi media.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengawasan penggunaan media sosial, untuk mengurangi perilaku *bullying* dalam media sosial yang sedang marak terjadi. Penelitian ini juga diharapkan dapat membuat para pengguna instagram menjadi lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial sesuai dengan salah satu tugas *public relations* yaitu membangun citra positif karena media sosial dapat mencerminkan citra diri seseorang.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

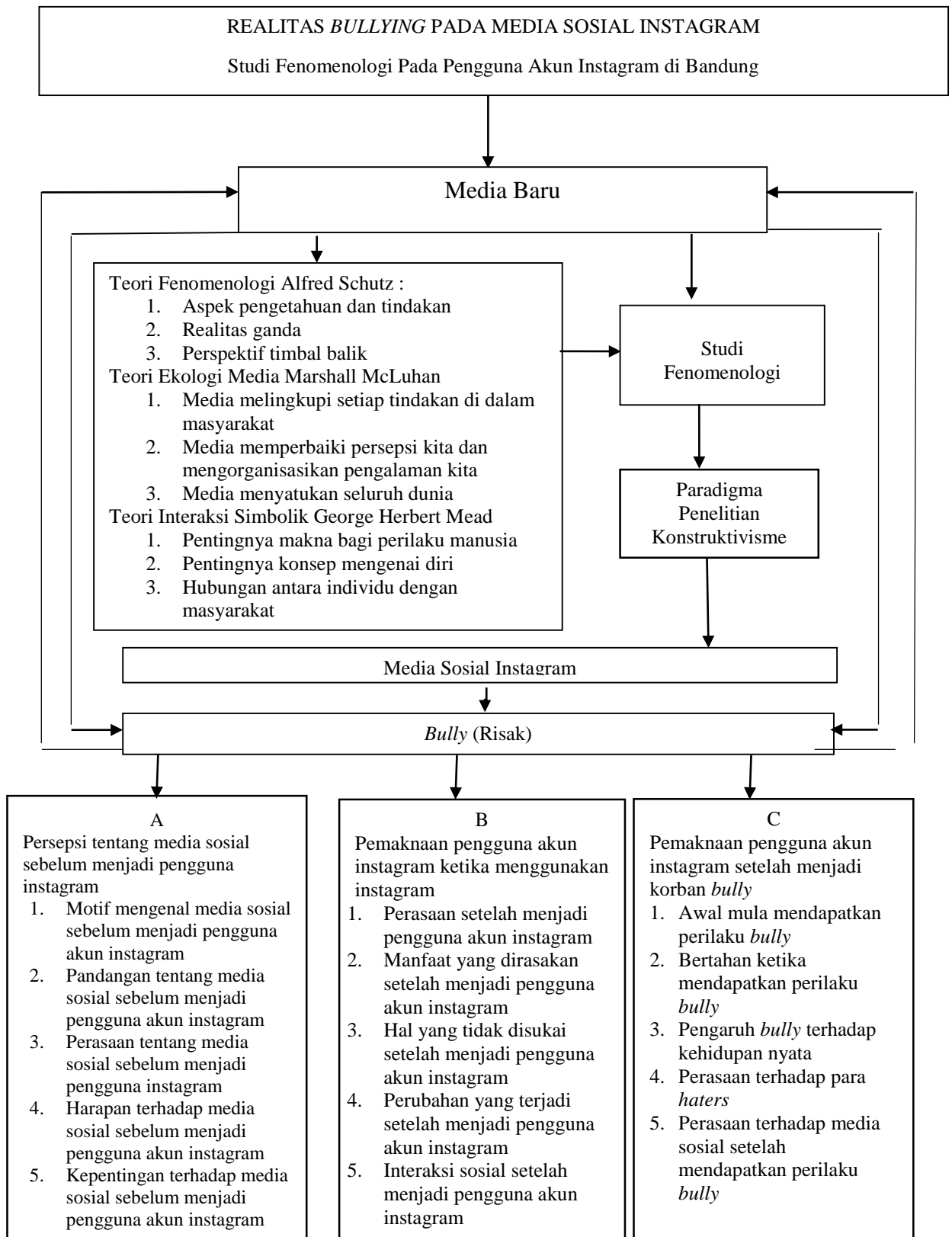
No	Peneliti	Judul Subjudul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Zulfiyatur Rizqiyah. 2012. Prodi Bimbingan dan Konseling & Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan UM	Perilaku <i>Bullying</i> di Kalangan Remaja Awal (Studi Fenomenologi Sekolah Menengah Pertama)	Kualitatif	Temuan penelitian menunjukkan bahwa setiap jenjang kelas terdapat peluang terjadinya <i>bullying</i> , namun presentase terbesar terjadinya <i>bullying</i> terdapat pada kelas 7 dan kelas 8. Subjek penelitian ini adalah siswa kelas VII RSBI dan VIII Regular. Pelaku tidak hanya dari kalangan anak biasa melainkan juga dilakukan oleh anak-anak populer di sekolah. Tindakan <i>bullying</i> juga tidak hanya dilakukan secara individu melainkan juga dilakukan secara kelompok. Penyebab pelaku melakukan tindakan <i>bullying</i> adalah adanya permasalahan dimasa lalu dengan korban dan pelaku juga memanfaatkan popularitasnya di sekolah untuk mendapatkan dukungan dari teman-teman maupun gurunya. Kurangnya perhatian dari keluarga juga menjadi faktor anak berperilaku <i>bullying</i> . Korban tindakan <i>bullying</i> adalah anak pendiam dan pemalu, kelompok minoritas di kelas, anak baru di lingkungan sekolah dan korban yang memiliki ciri-ciri atau etnis yang berbeda dengan mayoritas anak di kelasnya. Tindakan <i>bullying</i> berdampak pada penurunan prestasi akademik korban di sekolah, pola belajar korban, interaksi sosial korban dengan orang-orang disekitarnya bahkan perilaku korban sehari-hari yang bisa menjadikan penyimpangan perilaku yang dilakukan korban untuk menghindari tindakan <i>bullying</i> .

2	Wahyu Januarko. 2013. Prodi Bimbingan dan Konseling. Unesa	Studi Tentang Penanganan Korban <i>Bullying</i> pada Siswa SMP Se Kecamatan Trawas	Deskriptif Kualitatif	Penangan terhadap siswa koban <i>bullying</i> dengan menggunakan prosedur konseling. Adapun prosedurnya adalah identifikasi, diagnosis, prognosis, treatment dan tindak lanjut. Maka dari itu kreatifitas konselor dalam penanganan siswa korban <i>bullying</i> dikembangkan agar perilaku siswa korban <i>bullying</i> bisa direduksi.
3	Bibit Darmalina. 2014. Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar. Universtas Negeri Yogyakarta	Perilaku School <i>Bullying</i> di SDN Grindang Hargomulyo, Kokap, Kulon Progo, Yogyakarta	Kualitatif	<i>School bullying</i> di SDN Grindang sebagai berikut : (1) kurangnya pengethuan guru mengenai <i>school bullying</i> , serta pendapat guru yang mengatakan kenakalan di sekolahnya masih wajar. (2) reaksi yang ditunjukkan korban adalah diam, takut, atau menangis; pelaku menunjukkan acuh dan senang; sedangkan penonton menunjukkan reaksi melawan pelaku, membela pelaku atau diam. (3) bentuk <i>school bullying</i> yang terjadi adalah bentuk fisik (memukul dengan gagang sapu, memukul dengan tangan, mendorong) dan non fisik (verbal : mengancam, memaksa, menyoraki, meledek. Non verbal langsung : membentak, memarahi, memerintah, menunjuk-nunjuk dengan jari; non verbal tidak langsung : pengucilan).
4	Tika Dianita Sari. 2015. Prodi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi. Universitas Sebelas Maret.	Aksi <i>Bullying</i> di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Wilayah Surakarta Tahun 2014/2015	Kualitatif	Dalam penelitian ini korban dan teman sebaya mayoritas memilih diam dan tidak melaporkan aksi <i>bullying</i> verbal ke pihak sekolah. Pasca <i>bullying</i> verbal terdapat tiga kondisi, yang pertama korban menjadi ketergantungan akan aksi tersebut, kedua korban yang awalnya di <i>bully</i> akhirnya menjadi pelaku <i>bullying</i> verbal dan ketiga akan timbul struktur aksi baru yaitu aksi <i>bullying</i> fisik ketika situasi antar siswa memasuki situasi yang sangat emosional. Guru yang

				mengetahui aksi ini merespon dengan memberi nasehat dan arahan agar siswa tidak mengulangi aksi <i>bullying</i> tersebut.
5	Nihayatut Tasnim. 2015. Prodi Bimbingan dan Konseling. Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia.	Pengaruh Perilaku <i>Bullying</i> Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Kelas VIII SMP Negeri 8 Kediri Tahun Pelajaran 2014/2015	Kuantitatif	Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi <i>Pearson Product Moment</i> , diperoleh koefisien korelasi atau r hitung sebesar 0,007, dengan nilai signifikansi atau <i>Sig (2-tiled)</i> sebesar 0,185. Karena r hitung $0,007 < r$ label $0,266$ dan <i>Sig (2-tiled)</i> $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara perilaku <i>bullying</i> terhadap motivasi belajar. Dari output perhitungan dengan bantuan <i>SPSS for windows 16.00</i> bahwa pengujian statistik diatas dapat dikethui nilai korelasi pearson antara variabel perilaku <i>bullying</i> dengan aktifitas belajar sebesar 0,007. Karena nilai korelasi berada di <i>range</i> $0,00 - 0,199$, maka disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel X dengan variabel Y adalah sangat rendah.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang berarti “menampak”. Menampak dalam hal ini berkaitan dengan suatu fenomena atau fakta yang disadari oleh panca indera manusia. Fenomenologi merupakan landasan dasar dari penelitian kualitatif.

Menurut *The Oxford English Dictionary* pengertian fenomenologi yaitu : Fenomenologi adalah *The science of phenomena as distinct from being (ontology)*, dan b. *Division of any science with describe and classifies its phenomena*. Jadi, fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak didepan kita, dan bagaimana penampakkannya. (Kuswarno, 2009:1)

Pendekatan fenomenologi termasuk pada pendekatan subjektif atau interpretif. Yang memandang bahwa manusia aktif, kontras dengan pendekatan objektif atau pendekatan behavioristik dan struktural yang berasumsi bahwa manusia itu pasif. (Mulyana, 2007:91-92)

Fenomenologi sangat menarik perhatian para peneliti. Sehingga menjelang abad ke-20 banyak bermunculan para ahli yang tertarik dengan fenomenologi. Salah satu tokoh fenomenologi adalah Edmund Husserl. Beliau merupakan salah satu ahli dibidang Matematika. Dalam tulisannya yang berjudul “*Logical Investigations*” mengawali sejarah fenomenologi.

Husserl memandang bahwa fenomenologi mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalami secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. (Kuswarno, 2009:10)

Setelah munculnya Husserl sebagai pendiri dari aliran filsafat fenomenologi, bermunculan tokoh-tokoh lain seperti Martin Heidegger, Jean-Paul Sarte, Maurice Merleau-Ponty, Max Scheler, Alfred Schutz, Max Weber, Peter Berger dan masih banyak lagi tokoh lainnya. Alfred Schutz merupakan salah satu tokoh fenomenologi yang menonjol. Pemikiran Alfred Schutz ini terfokus pada tindakan sosial. Beliau yang membawa fenomenologi kedalam ilmu sosial. Alfred Schutz memandang bahwa manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu melakukan tindakan sosial. Tindakan sosial ini berorientasi pada perilaku manusia dimasa lalu, masa sekarang dan juga masa depan.

Fenomenologi adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Hubungan-hubungan sosial antara manusia ini kemudian akan membentuk totalitas masyarakat. jadi, setiap individu menggunakan

symbol-simbol yang telah diwariskan padanya, untuk memberi makna pada tingkah lakunya sendiri. (Kuswarno, 2009:18)

Menurut Maurice Natanson yang dikutip oleh Deddy Mulyana mengatakan bahwa: Istilah fenomenologi dapat digunakan sebagai istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. (Mulyana, 2007:92). Sedangkan Robert Bogdan dan Steven J.Taylor menyebutkan terdapat dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologi yaitu interaksionisme simbolik dan etnometodologi. (Mulyana, 2007:92)

Esensi dari fenomenologi adalah dunia itu salah satu makna yang dikonstruksikan secara intersubjektif. Dengan fenomenologi, dunia dapat dikonstruksikan atau dapat diketahui dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung dan berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia. Secara tidak langsung, bahwa esensi dari penelitian fenomenologi adalah kita terjun langsung, larut dan juga merasakan.

Fenomenologi berusaha mengungkapkan esensi dari realitas tanpa memisahkan esensi tersebut dari fenomenanya dengan cara melepaskan segala pikiran dan pengalaman inderawi yang mempengaruhinya. Jadi yang terpenting dalam fenomenologi adalah mempelajari apa sebenarnya yang dihadapi tanpa membiarkan faktor apapun melakukan intervensi dan menjauhkannya dari usaha melakukan analisis langsung terhadap esensi. Adapun ciri-ciri penelitian

fenomenologi yang sejalan dengan penelitian kualitatif (kuswarno, 2009: 37) adalah sebagai berikut :

1. Fokus pada sesuatu yang nampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan sehari-hari.
2. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.
3. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakan, dengan institusi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian, dan pemahaman yang hakiki.
4. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskriptif fenomenologi akan sangat dekat dengan kealamiahannya (tekstur, kualitas, dan sifat-sifat penunjang) dari sesuatu. Sehingga deskripsi akan mempertahankan fenomena itu seperti apa adanya, dan menonjolkan sifat alamiah dan makna dibalikinya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena “hidup” dalam term yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain sama “hidup”-nya antara tampak dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indera.
5. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian penelitian fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang

diamati. Analoginya, peneliti itu menjadi salah satu bagian *puzzle* dari sebuah kisah biografi.

6. Integrasi dari subjek dan objek. Persepsi penelitian akan sebanding/sama dengan apa yang dilihat/didengarnya. Pengalamannya akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.
7. Investigasi yang dilakukan dalam kerangka intersubjektif, realitas adalah salah satu bagian dari proses secara keseluruhan.
8. Data yang diperoleh (melalui berpikir, instuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.
9. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula.

1.2.3.2 Teori Ekologi Media Marshall McLuhan

Media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal, McLuhan merasa masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media secara umum, bertindak secara langsung untuk membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. (West dan turner, 2007: 139) Masyarakat telah berevolusi, begitu pula teknologi. Mulai dari abjad hingga internet, kita telah dipengaruhi oleh, dan memengaruhi, media elektronik. Dengan kata lain, media adalah pesannya. Hukum-hukum media-peningkatan, ketinggalan zaman, pengambilan kembali dan pemutarbalikan-

menunjukkan bahwa teknologi memengaruhi komunikasi melalui teknologi yang baru. Teori ekologi media berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan. (West dan turner, 2007: 139).

Kita melihat bahwa pengaruh dari teknologi media terhadap masyarakat merupakan ide utama di balik Teori Ekologi Media (West dan turner, 2007: 140-142), pemikiran dalam ketiga asumsi yang meringkaskan teori ekologi media adalah:

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.
3. Media menyatukan seluruh dunia.

Asumsi pertama menggaris bawahi pemikiran bahwa kita tidak dapat melarikan diri dari media di dalam hidup kita: media melingkupi seluruh keberadaan kita. Kita tidak dapat menghindari atau melarikan diri dari media, terutama jika kita menganut interpretasi McLuhan yang luas mengenai apa yang menyusun sebuah media. Media selalu hadir di dalam kehidupan kita, media-media ini mentransformasi masyarakat kita, baik melalui permainan yang kita mainkan, radio yang kita dengarkan, televisi yang kita tonton. Pada saat yang bersamaan media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi” (West dan turner, 2007:140-142).

Asumsi kedua dari teori ekologi media meyakini bahwa media memperbaiki dan mengorganisasi kehidupan kita. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat di dalam pandangan kita mengenai dunia. Coba pikirkan, misalnya ketika kita

menonton televisi, berita televisi memberitakan bahwa Amerika Serikat sedang mengalami “penurunan moral”, kita akan menonton berita mengenai penculikan anak dan kenakalan remaja. Dalam obrolan sehari-hari pun kita akan mulai membicarakan apa yang kita tonton bahkan merasa takut dan mulai waspada dengan lingkungan pergaulan anak. Apa yang terjadi dengan contoh ini adalah yang dikatakan McLuhan terjadi setiap saat : kita menjadi (terkadang tanpa kita sadari) termanipulasi oleh televisi. Sikap dan pengalaman kita langsung dipengaruhi oleh apa yang kita tonton di televisi, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negatif oleh televisi (West dan turner, 2007:140-142).

Asumsi ketiga media menghubungkan dunia, McLuhan menggunakan istilah desa global (*global village*) untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dampak dari desa global ini menurut McLuhan (1964), adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Akibatnya, kita harus mulai tertari dengan peristiwa global, dibandingkan hanya berfokus pada komunitas kita sendiri. Ia mengamati bahwa “bola dunia tidak lebih dari sebuah desa” dan bahwa kita harus merasa bertanggung jawab bagi orang lain “sekarang terlibat di dalam kehidupan kita, sebagaimana kita terlibat dalam kehidupan mereka, berkat media elektronik” (West dan turner, 2007:140-142).

1.2.3.3 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Paham mengenai interaksi simbolik (*symbolic interactionism*) adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat yang telah memberikan

banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu (Morissan, 2013:110-113).

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolis ini. Ia mengajukan bahwa makna muncul hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan makna-makna dalam kata-kata atau tindakan., dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Menurut paham ini, masyarakat muncul dari percakapan yang saling berkaitan diantara individu (Morissan, 2013:110-113).

Menurut paham interaksi simbolis, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan siapakah anda sebagai manusia? Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. Diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi. Seorang anak bersosialisasi melalui interaksi dengan orang tua, saudara, dan masyarakat sekitarnya. Orang memahami dan berhubungan dengan berbagai hal atau objek melalui interaksi social (Morissan, 2013:110-113).

Suatu objek dapat berupa aspek tertentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi atau keadaan. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan

menunjukkannya secara simbolis. Dengan demikian suatu objek memiliki nilai sosial sehingga merupakan objek sosial (*social objects*). Menurut pandangan ini, realitas adalah totalitas dari objek sosial dari seorang individu. Bagi Kuhn, penamaan objek adalah penting guna menyampaikan makna suatu objek (Morissan, 2013:110-113).

Menurut Kuhn, komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sendiri sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri didalam pikiran kita guna membuat perbedaan di antara benda-benda dan orang. Ketika seseorang membuat keputusan bagaimana bertingkah laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut Kuhn “suatu rencana tindakan” (*a plan of action*) yang dipandu dengan sikap atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap mana tindakan itu diarahkan. Misalnya, seorang mahasiswa yang ingin melanjutkan kuliah harus terlebih dahulu membuat rencana tindakan yang dipandu oleh seperangkat nilai-nilai (sikap) positif dan negatif terhadap kuliah. Jika nilai positif lebih kuat maka ia akan melanjutkan kuliah, namun jika nilai-nilai negatif yang lebih dominan maka ia tidak akan melanjutkan kuliah (Morissan, 2013:110-113).

Menurut pandangan interaksi simbolis, makna suatu objek sosial serta sikap dan rencana tindakan tidak merupakan sesuatu yang terisolasi satu sama lain. Seluruh ide paham interaksi simbolis menyatakan bahwa makna muncul melalui interaksi. Orang-orang terdekat memberikan pengaruh besar dalam kehidupan kita. Mereka adalah orang-orang dengan siapa kita memiliki hubungan dan ikatan emosional seperti orang tua atau saudara. Mereka memperkenalkan kita dengan kata-kata baru, konsep-konsep atau kategori-kategori tertentu yang kesemuanya

memberikan pengaruh kepada kita dalam melihat realitas. Orang terdekat kita membantu kita belajar membedakan antara diri kita dan orang lain sehingga kita terus memiliki *sense of self* (Morissan, 2013:110-113).

Konsep diri merupakan objek sosial penting yang didefinisikan dan dipahami berdasarkan jangka waktu tertentu selama interaksi antara kita dengan orang-orang terdekat. Konsep diri anda tidak lebih dari rencana tindakan anda terhadap diri anda, identifikasi, ketertarikan, kebencian, tujuan, ideologi, serta evaluasi diri anda. Konsep diri memberikan acuan dalam menilai objek lain. Seluruh rencana tindakan ini berawal dari konsep diri (Morissan, 2013:110-113).

Kuhn melakukan semacam tes yang disebutnya dengan “tes 20 pernyataan” (*twenty statements test*) untuk mengukur berbagai aspek mengenai diri. Ia meminta peserta untuk memberikan 20 jawaban terhadap pernyataan, “Siapakah saya?” dalam waktu yang dibatasi, peserta diminta untuk memberikan jawaban seolah-olah jawaban itu diberikan untuk dirinya sendiri dan bukan untuk orang lain, selain itu peserta diminta menjawab pertanyaan berdasarkan urutan peristiwa yang dialami dan bukan berdasarkan tingkat kepentingan jawaban (Morissan, 2013:110-113).

Terdapat sejumlah cara untuk menganalisis jawaban dari tes tersebut. Setiap jawaban memberikan petunjuk mengenai berbagai aspek diri yang berbeda. Urutan jawaban yang diberikan menunjukkan tingkat bobot atau pentingnya identifikasi diri yang ditunjukkan peserta. Misalnya, jika peserta meletakkan kata “orang islam” jauh di atas kata “ayah” maka hal ini dapat menunjukkan bahwa peserta bersangkutan menunjukkan kedekatan kepada agama (religius) dibandingkan dengan hubungan keluarga. Cara lain untuk menilai tes tersebut adalah dengan menggunakan variabel

tempat (*locus variable*) yang membantu menunjukkan apakah peserta tes memiliki kecenderungan untuk menunjukkan identifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok umum, misalnya “orang jawa” dari pada identifikasi yang bersifat subjektif kualitatif yang tidak umum seperti “pemalu” atau “penakut” (Morissan, 2013:110-113).

Dalam memberikan penilaian terhadap sikap diri (*self attitude*), anda dapat menempatkan pernyataan dalam dua kategori yaitu pernyataan konsensual jika pernyataan itu mengacu pada suatu kelompok tertentu atau identifikasi kelas dalam masyarakat (*class identification*) seperti : “mahasiswa”, “wanita”, “suami”, “orang islam”, “asal Palembang”, “mahasiswa komunikasi”, “anak perempuan”, “anak tertua”, dan “semester dua”. Kategori kedua adalah pernyataan subkonsensual yaitu pernyataan yang bersifat tidak umum seperti “senang”, “bosan”, “cantik”, “mahasiswa baik”, “agak gemuk”, “menarik”, dan “anak penurut”. Jumlah pernyataan konsensual yang diberikan peserta tes merupakan nilai dari *locus variable-nya* (Morissan, 2013:110-113).

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga (Morissan, 2013:110-113).

Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasari interaksi simbolik dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan tiga tema besar:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication*, secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatio*. Perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. (Effendy, 2010: 9).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari seseorang kepada orang lain. Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda yang bertemu dalam satu *moment*, sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda. Dalam proses penyampaian informasi, hendaklah berusaha menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Kesamaan makna dapat terlihat dari sikap saling mengerti bahasa yang digunakan dan makna dari pembicaraan tersebut. Dengan adanya kesamaan makna tersebut, akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Komunikasi merupakan kegiatan pernyataan antar manusia yang menggunakan lambang–lambang yang dapat diartikan sama, baik oleh penyampai pesan atau komunikator maupun penerima pesan atau komunikan. Suatu situasi komunikasi akan serasi apabila apa yang diharapkan oleh komunikator maupun komunikan sama. Komunikasi akan serasi hanya akan dapat dicapai apabila pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi, memberi arti dan makna yang sama kepada lambang–lambang yang dipergunakan sebagai kerangka acuan untuk membentuk pendapat, menentukan sikap dan memutuskan tindakan.

Hovland mendefinisikan komunikasi, sebagai berikut : *“The process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individu”*. (Komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain.) Gode (1969: 5) memberi pengertian mengenai komunikasi berikut : *“ It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some.”* (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang). (1969: 371)

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward mengenai komunikasi manusia, yaitu bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain. (1998: 16).

Untuk mengetahui dengan jelas tentang komunikasi, maka dari itu kita terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian komunikasi itu sebagai berikut:

“Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku”. (Effendy, 2010: 60).

Berdasarkan pengamatan para pakar komunikasi seperti Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan (Mulyana, 2007:4)

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan rasa penasaran kita akan lingkungan dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007: 4)

Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2007:68),

konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi."

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."

3. Carl L Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."

4. Gerald R. Miller :

"Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima."

5. Everett M. Rogers :

"Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari. sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah

tingkah laku mereka."

6. Raymond S. Ross :

"Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator."

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

"Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak."

8. Harold D. Lasswell :

"(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

Deddy Mulyana (2007: 76) mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah :

1. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :
"Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna."
2. Donald Byker dan Loren J. Anderson :
"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."
3. William I. Gorden :
"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."
4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson :
"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."
5. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :
"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."
6. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :
"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."
7. Karl Erik Rosengren :
"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

1.2.4.2 Media Baru

Istilah 'media baru' (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin

berkembang dan beragam. Editor dari buku *Handbook of New Media* (Lievrouw dan Livingstone, 2006) menunjuk pada kesulitan untuk menyebutkan apa saja yang termasuk dalam 'media baru'. Mereka memilih untuk mendefinisikannya dengan cara yang berbeda, menghubungkan antara teknologi informasi dan komunikasi (ICT dengan konteks sosial yang berhubungan yang menyatukan tiga elemen: alat dan artefak teknologi; aktivitas; praktik; dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk di sekeliling alat dan praktik tersebut.

Menurut Laquey (1997) asal mula internet adalah tercipta Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementerian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (Departemen of Defense Advanced Research Projects Agency). Misi awalnya sederhana, yaitu coba menggali berbagai sumber daya yang jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar. Arpanet berhasil membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian saling berhubungan. Dua puluh lima tahun kemudian sistem ini berevolusi menjadi suatu organisme yang semakin luas perkembangannya, yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan (Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2007:151-154).

Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Sekitar tahun 1992 di Amerika Serikat, populasi internet sebagian besar adalah para peneliti dan pendidik, dan belum banyak aplikasi serta kelompok minat yang relevan bagi masyarakat umum. Dua tahun kemudian, berbagai layanan utama mendominasi penggunaan internet itu. Sebagai akibatnya internet dibanjiri berbagai sumber daya bermanfaat dan semakin banyak penumpangnya (Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2007:151-154).

Internet memang merupakan jaringan komputer terbesar di dunia. Dilihat dari segi jumlah jaringan, orang, sumber daya yang tersambungkan, internet terus menjadi semakin besar dan semakin bernilai. Menurut Laquey, yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang. Internet adalah perkakas sempurna untuk menyiagaan dan mengumpulkan sejumlah besa orang secara elektronis. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti meriah yang sangat efektif. Banyak sekali forum yang tersedia untuk tujuan istimewa ini (Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2007:151-154).

Semua piranti digita memberi kita kemampuan untuk menerabas orang yang menghalangi jalan kita menuju sumber. Anda tak perlu lagi mendengar siaran berita 24 jam melalui radio siaran atau TV dan menunggu berita prakiraan cuaca setempat. Internet ungu dalam menghimpun berbagai orang, karena geografis tak lagi menjadi pembatas. Berbagai orang dari negara dan latar belakang yang berbeda dapat saling bergabung berdasarkan kesamaan minat dan proyeknya. Internet menyebabkan terbentuknya begitu banyak perkumpulan anatar berbagai orang dan kelompok; jenis interaksi pada skala besar ini merupakan hal yang tak mungkin terwujud tanpa jaringan komputer (Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2007:151-154).

Konsep koloni digital dan budaya *online* memang masih cukup baru, namun konsep ini dengan segera akan menjadi pandangan hidup para penjelajah internet.

Dalam dunia yang penuh kesibukan dengan suami-isteri sama-sama berkarir, dan bergaya hidup kerja-belajar, membangun berbagai kelompok minat dalam sebuah sekolah, lingkungan atau kota sangatlah sulit. Masalah yang dihadapi masyarakat alam nyata antara lain kurangnya keterlibatan masyarakat setempat, geografi, dan berbagai jadwal yang kaku. Internet menerabas semua halangan ini. Dengan internet, kita lebih mudah ikut bergabung dalam sebuah diskusi yang sedang berlangsung dengan semua orang yang mempunyai minat sama kapan saja kita mau, tak peduli dimana pun kita berada (Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2007:151-154).

1.2.4.3 Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya (Nasrullah, 2016:3).

Sementara sosial menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*sosial action*) dan relasi sosial (*sosial relations*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual (Weber, 1978: 26 dalam Fuchs, 2014: 39). Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna diantara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut (Nasrullah, 2016:7).

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. (Burton, 2005) Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial. Juga, termasuk perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat (Nasrullah, 2016:8).

Untuk menjelaskan hal ini, Fuchs mengawalinya dengan perkembangan kata Web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekedar penghubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi dalam Web 1.0, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan seara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai *platform* atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (the long tail) (Nasrullah, 2016:8).

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. (Fuchs, 2008) Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antar individu. Terakhir dalam Web 3.0

karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerjasama (*human co-operation*) (Nasrullah, 2016:8)

Untuk lebih memahami mengenai definisi sosial dan perilaku sosial, dapat dilihat pada tabel berikut pernyataan para ahli tentang teori sosial dan makna sosial dalam internet.

Tabel 1.2 Tabel Teori Sosial dan Makna Sosial di Internet

Pendekatan	Teori Sosial	Makna Sosial di Internet
1. Teori Struktural	Emile Durkheim: Fakta-fakta sosial merupakan sesuatu yang tetap dan struktur sosial yang objektif dari kondisi kebiasaan-kebiasaan sosial yang konstan	Semua komputer, program maupun perangkat merupakan sosial karena komputer adalah struktur yang merealisasikan ketertarikan individu, kesepahaman, tujuan dan minat yang semuanya itu merupakan fungsi-fungsi dari masyarakat (<i>society</i>) dan akibat dari perilaku sosial.
2. Teori Aksi Sosial	Max Weber: Perilaku sosial merupakan timbal balik dari interaksi simbolik	<i>Platform</i> dalam <i>www</i> yang memungkinkan komunikasi terjadi dalam ruang waktu yang berbeda termasuk dalam sosial.
3. Teori Kerjasama Sosial	Ferdinand Tonnies: Komunikasi merupakan sistem sosial yang berdasarkan kesamaan rasa (kepemilikan), saling membutuhkan, dan terdapat nilai-nilai. Karl Marx: Makna sosial adalah kerjasama diantara berbagai individu untuk menghasilkan barang secara kolektif dan karenanya harus dimiliki secara kooperatif.	Makna sosial adalah dimana <i>platform</i> web memungkinkan orang untuk membentuk jaringan sosial (<i>sosial networking</i>), membawa individu pada kebersamaan serta memediasi perasaan kebersamaan secara virtual. Makna sosial adalah <i>platform</i> web memungkinkan produksi yang kolaboratif dari individu melalui pengetahuan-pengetahuan digital.
4. Dialektika Struktur dan Agensi	Emile Durkheim: Kognisi (pengenalan, kesepahaman) terhadap sosial	Web 1.0 Sebagai sistem dari pengenalan individu Web 2.0

	berdasarkan kondisi eksternal sebagai fakta-fakta sosial. Max Weber: Aksi komunikatif Ferdinand Tonnies dan Karl Max: Komunitas yang saling membangun dan berkolaborasi dalam produksi merupakan bentuk dari kerjasama.	Sebagai sistem dari komunikasi individu Web 3.0 Sebagai sistem dari kerjasama antar individu
--	---	--

Diadaptasi dari Fuchs, C. 2014. *Sosial Media a Critical Introduction*.

Los Angeles: SAGE Publications, LTD. Ha. 45. (Nasrullah, 2016:9)

Dengan demikian, bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerjasama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem diantara individu atau masyarakat. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan dimana lapisan pertama menjadi dasar untuk terbentuknya lapisan lain, pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk melakukan kerjasama. Didalam web atau jaringan komputer (internet) ada sebuah sistem hubungan antar pengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung. Juga, keterhubungan antar pengguna itu sekaligus membentuk semacam jaringan layaknya masyarakat di dunia *offline* lengkap dengan tatanan, nilai, struktur, sampai pada realitas sosial; konsep ini bisa dipahami sebagai *techno-sosial system* (Fuchs, 2014: 44). *Techno-sosial system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi (Nasrullah, 2016:10).

Didalam web atau jaringan komputer, struktur yang ada bukanlah sebagaimana struktur yang tumbuh di tengah masyarakat. Kondisinya bisa jadi tidak ada lapisan kelas-kelas sebagaimana dalam teori Marx. Bisa jadi dalam sebuah jaringan struktur terbentuk karena keinginan dan kebutuhan yang sama, atau bahkan ketidak sengajaannya sebagaimana dijelaskan oleh Tonnies ketika membedakan antara masyarakat (*gesellschaft*) dan komunitas (*gemeinschaft*) (Nasrullah, 2016:10).

Dalam buku Fuchs (2014) Definisi media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian (Nasrullah, 2016:11):

1. Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Meike dan Young (2012), mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Nasrullah, 2016:11).

1.2.4.4 Instagram

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan

menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Kegunaan Utama Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui

Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

Tampilan Instagram pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam fitur tersebut.

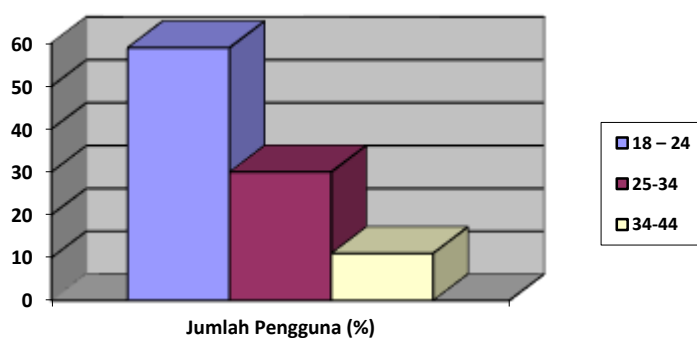
Di dalam pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah Tilt-Shift. Tilt-shift ini, sama fungsinya dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi Tilt-Shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. Tilt-shift juga mengatur rupa foto disekeliling titik fokus tersebut,

sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak pengguna, di Indonesia jumlah pengguna instagram mencapai 89% mayoritas pengguna adalah remaja, pengguna instagram perempuan lebih aktif sekitar 63% dan pengguna laki-laki 37%. Data pengguna instagram dapat dilihat di tabel berikut:

1.3 Data Pengguna Instagram di Indonesia Berdasarkan Usia Pada Tahun 2016



Menurut survey pada tahun 2015 perbandingan jumlah pengguna instagram dengan media sosial lainnya yaitu instagram memiliki jumlah pengguna sebanyak 415.000.000, facebook sebanyak 1280.000.000 pengguna, twitter 645.750.000 pengguna, path sebanyak 30.000.000 pengguna, snapchat sebanyak 30.000.000 pengguna.

1.2.4.5 Dampak Media

McLuhan mengemukakan *the medium is the message*, media adalah pesan itu sendiri. Oleh karena itu, bentuk media saja sudah memengaruhi khalayak. Seperti telah dijelaskan di muka bahwa yang memengaruhi khalayak bukan apa yang disampaikan oleh khalayak tersebut baik tatap muka maupun melalui media cetak atau elektronik. Menurut, Steven M. Chaffe, ada lima jenis efek kehadiran media massa sebagai benda fisik, yaitu: efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek penyaluran/penghilangan perasaan tertentu dan, efek pada perasaan orang terhadap media (Ardianto, Lukiati, Siti, 2007:50-52).

a) Efek Ekonomi

Kehadiran media massa di tengah manusia dapat menumbuhkan berbagai usaha produksi, distribusi dan konsumsi jasa media massa. Kehadiran surat kabar berarti menghidupkan pabrik yang mensuplai kertas koran; menyuburkan pengusaha percetakan dan grafika; membuka lapangan kerja bagi para wartawan, perancang grafis, pengedar, pengecer, pencari iklan; dan sebagainya. Keberadaan televisi baik televisi pemerintah maupun

televisi swasta dapat memberi lapangan kerja kepada sarjana ilmu komunikasi, para juru kamera, pengarah acara, juru rias, dan profesi lainnya.

b) Efek Sosial

Efek sosial berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa. Sebagai contoh, misalnya kehadiran televisi dapat meningkatkan status sosial dari pemiliknya. Majalah yang beredar telah menuntun pembacanya untuk memilih majalah yang menjadi kebutuhannya, misalnya majalah *Gadis* umumnya dikonsumsi oleh para remaja putri, majalah *Otomotif* dikonsumsi oleh para pencinta otomotif, dan sebagainya.

Di kota-kota besar di Indonesia, antenna parabola juga telah membentuk jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik antenna parabola telah menjadi pusat jaringan sosial, yang menghimpun tetangga disekitarnya yang seideologi. Antenna parabola telah menjadi sarana menciptakan hubungan *patron client* yang baru.

Di pedesaan yang baru diterpa oleh kehadiran televisi telah terbentuk jaringan interaksi sosial yang baru. Koran Masuk Desa telah mengubah perilaku masyarakat desa, juga telah menjadi pusat jaringan sosial. Mereka menghimpun warga disekitarnya untuk menciptakan interaksi sosial yang baru.

c) Penjadwalan Kegiatan Sehari-hari

Sebelum pergi ke kantor, masyarakat kota pada umumnya membaca koran dahulu. Anak-anak Sekolah Dasar yang biasanya selalu mandi pagi pada

hari Minggu, setelah hadirnya acara televisi untuk anak-anak pada pagi hari, mengubah jadwal mandi pagi menjadi jadwal menonton televisi. Pada waktu Magrib, anak-anak yang biasanya mengaji setelah shalat menjadi lebih senang menonton televisi setelah stasiun televisi menyajikan acara hiburan tertentu pada waktu tersebut.

d) Efek Hilangnya Perasaan Tidak Nyama

Orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya psikologisnya dengan tujuan untuk menghilangkan perasaan tidak nyaman, misalnya untuk menghilangkan perasaan kesepian, marah, kesal, kecewa dan sebagainya. Seorang gadis yang sedang jatuh cinta akan mendengarkan lagu-lagu yang bertema cinta atau melankolis dari radio siaran maupun *taperecorder*. Seorang pemuda yang sedang dirundung rindu pada kekasihnya yang jauh dirantau akan masuk ke gedung bioskop untuk menghilangkan rasa sepi tanpa menghayati film yang ditontonnya. Orang yang sedang tertimpa musibah akan menghilangkan perasaan dukanya dengan mendengarkan siaran atau menonton televisi yang menayangkan acara-acara siraman rohani, misalnya mendengarkan acara dakwah.

e) Efek Menumbuhkan perasaan tertentu

Kehadiran media massa bukan saja dapat menghilangkan perasaan tidak nyaman pada diri seseorang, tetapi dapat juga menumbuhkan perasaan tertentu. Terkadang, seseorang mempunyai perasaan positif atau negatif terhadap media tertentu. Misalnya, seseorang akan mempunyai perasaan

positif pada harian *Kompas* dari pada *Media Indonesia*. Para ibu rumah tangga ada yang senang membaca majalah *Kartini* tetapi ada juga yang lebih senang membaca majalah *Femina*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada suatu media massa tertentu erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut.

1.2.4.6 Makna *Followers*

Follower atau khalayak media sosial, siapa itu khalayak? Pertanyaan siapa itu khalayak atau *audiences*? Sebenarnya bukan pertanyaan baru. Dalam teori komunikasi massa atau kajian media, secara sederhana “khalayak” adalah orang atau sekelompok orang sebagai penerima pesan. Apalagi jika kata khalayak itu diganti dengan kata pendengar, pembaca atau pemirsa, langsung ataupun tidak setiap kata tersebut merujuk pada teknologi atau jenis media yang diaksesnya (Nasrullah, 2016:85).

Dalam kamus bahasa Indonesia, khalayak diartikan sebagai kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Sementara Ross dan Nightingale (2003: 4-5) dalam buku *Median and audiences New Perspectives* memberikan beberapa alternatif dalam mengartikan khalayak. Menurut mereka, khalayak memang merujuk pada kajian penyiaran awal dan akses terhadap informasi. Arti itu berkembang sesuai dengan kajian apa yang dipakai sebagai kacamata dalam memandang term khalayak (Nasrullah, 2016:85).

Dalam kajian media, khalayak sering kali digunakan untuk menandakan masyarakat, baik dalam grup maupun individu. Individu-individu dalam masa ini

pada dasarnya tidak memiliki ikatan satu sama lain dari tujuan mereka dalam mengakses media. Munculnya media sosial memberikan arah baru terhadap pendefinisian ulang hubungan khalayak-media (Holmes, 2002). Karakter media sosial yang interaktif, terbuka dalam mengkreasikan konten, sampai pada jaringan yang luas memberikan semacam penegasan bahwa hubungan tersebut bagaikan dua sisi mata uang. Pada satu sisi, media sebagai institusi menyediakan perangkat dan aplikasi-aplikasi yang bisa diatur di internet; pada lain sisi, khalayak yang sepenuhnya menciptakan konten serta memanfaatkan perangkat media sesuai dengan kebutuhannya sendiri (Bell, 2001; Castels, 2001; Johnson, 2009; Jordan, 1999). Khalayak tidak lagi pasif tidak tersentral dan terisolasi, tetapi aktif dalam memproduksi konten dan pada saat bersamaan mereka pula yang mendistribusikan konten tersebut juga menjadi konsumen. Perputaran antara produsen-konsumen secara terus-menerus ini tidak bisa ditemui dalam praktik media tradisional, bahkan kehadiran media sosial bersamaan internet turut melibatkan khalayak sampai dalam penciptaan bahasa baru yang bersifat universal/global dibanding media tradisional yang lokal (Crystal, 2004; Palfrey & Gasser, 2008; Rosen, 2012). Khalayak media sosial terhubung berdasarkan permintaan dan persetujuan (Nasrullah, 2016:95).

Definisi *follower* tak hanya dikenal dalam situs media sosial yang sudah dikenal seperti: facebook, twitter. Instagram pun juga memiliki fungsi sosial yang sama sebagai media jejaring sosial. Dalam instagram juga lazim dikenal istilah *follower* instagram, like instagram. Bila pada facebook dan twitter *follower* berarti mereka yang mengikuti update pada facebook dan twitter, dalam instagram *follower*

instagram adalah mereka yang mengikuti update foto yang ditampilkan pengguna dalam instagram.

1.2.4.7 Makna *Cyber Bullying*

Bully dalam bahasa Indonesia artinya risak, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) risak atau merisak artinya mengusik, mengganggu, tidak putus-putusnya dengan berbagai olok-olokan. Istilah lainnya adalah perundungan yaitu merupakan tindakan negatif yang dilakukan oleh orang lain secara terus menerus atau berulang. Tindakan ini kerap kali menyebabkan korban tidak berdaya, terluka secara fisik maupun mental (Rigby, 2002:27). Dalam aspek etimologi, *bully* atau dalam bahasa Indonesia kerap dipergunakan dalam kata “runding” yang bermakna mengganggu; mengusik terus-menerus; menyusahkan. Beberapa hasil menunjukkan bahwa perundungan terjadi fisik, namun bentuknya semakin melebar juga pada verbal dan atau psikologi (Cowie & Jennifer, 2008: 2-3) dan terjadi di dunia maya (*offline*) maupun dunia virtual (*online*) (Nasrullah, 2016:187).

Di dunia siber, perundungan siber atau *cyber-bullying* dijelaskan sebagai tindakan perundungan yang terjadi dan memakai medium seiber (Campbell. 2005; Kowalski, Limber, & Agaston, 2008; Smith, 2004). Selain *cyber-bullying*, ada juga istilah lain yang bisa digunakan untuk menggambarkan perundungan siber ini, yaitu *online sosial cruelty* atau *electronic bullying* (Kowalski et al., 2008; 42). Dalam

catatan Sharif (2011: 28-30), istilah perundungan siber pertama kali digunakan bisa ditarik referensi akademisnya melalui dua nama, yakni Bill Besley atau Nancy Willard. Menurut Belsey (2005), perundungan siber adalah kesengajaan, perulangan perilaku, maupun kebiasaan negatif dengan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi, seperti *email*, pesan instan, serta situs personal oleh individu maupun kelompok dengan maksud menyakiti orang lain. Sementara menurut Willard (2003), Direktur *Center for Safe and Responsible Internet Use* di Amerika, mendefinisikan perundungan siber sebagai perbuatan fitnah, penghinaan, diskriminasi, pengungkapan informasi atau konten yang bersifat privasi dengan maksud memermalukan atau bisa juga dimaknai dengan komentar yang menghina, menyinggung serta vulgar (Nasrullah, 2016:187-190).

Definisi perundungan siber juga diulas oleh Smith (2004) yang menyatakan bahwa perundungan siber merupakan tindakan agresif yang dilakukan secara sengaja, baik oleh sekelompok orang maupun individu, yang menggunakan media atau kontak elektronik secara berulang dan dalam waktu tertentu terhadap korban yang tidak bisa (lemah) dalam mempertahankan dirinya (Nasrullah, 2016:187-190).

Terminologi *cyber-bullying* juga dapat diakses melalui laman *Wikipedia*.

Laman ini menyatakan bahwa:

“*Cyber-bullying* adalah segala bentuk kekerasan yang dialami anak atau remaja dan dilakukan teman seusia mereka melalui dunia *cyber* atau internet. *Cyber-bullying* adalah kejadian manakala seorang anak atau remaja diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan oleh anak atau remaja lain melalui media internet, teknologi digital, atau telepon seluler” (Wikipedia, n.d.).

Dari beragam terminologi perundungan siber yang telah dipaparkan, peneliti mendefinisikan perundungan siber sebagai tindakan penghinaan, kekerasan

psikis, atau intimidasi yang dilakukan seseorang, kelompok, atau institusi melalui perangkat teknologi dan informasi di media siber terhadap orang, kelompok, atau institusi lain. Tindakan tersebut dimaksudkan untuk mempermalukan, mengintimidasi, menyebar keburukan dan kebencian di media siber, baik ditujukan secara khusus kepada korban maupun dengan cara diketahui publik. (Kowalski et al., 2008: 41) Pada intinya, perundungan siber bisa disebut sebagai teror sosial melalui teknologi (Nasrullah, 2016:187-190).

Definisi tersebut jelas menegaskan bahwa perundungan tidak hanya dilakukan oleh perorangan, namun bisa jadi dilakukan oleh institusi, baik resmi atau tidak. Langsung yang dimaksud bahwa media yang digunakan hanya bisa diakses oleh korban maupun pelaku. Tidak langsung menandakan bahwa media yang digunakan bisa milik korban, milik pelaku, milik korban yang diretas/dibajak oleh pelaku, atau bukan milik keduanya. Fasilitas di media siber memungkinkan siapapun untuk mengakses akun media sosial, misalnya milik orang lain atau menggunakan akun anonim untuk membuat akun media sosial baru. Dibandingkan dunia nyata (*offline*), perundungan di dunia *online* menjadi mudah dilakukan dan cenderung aman. Perundungan di media siber bisa dilakukan oleh identitas yang disembunyikannya. Artinya, perangkat media siber memungkinkan seseorang untuk membangun identitas lain (*anonymous*) atau realitas diri palsu sehingga pengguna lain tidak mengetahui siapa atau identitas sebenarnya (Nasrullah, 2016:187-190).

1.2.4.8 Makna *Haters*

Asal kata *haters* adalah dari kata sifat bahasa Inggris “*hate*” yang artinya membenci. Jadi dapat disimpulkan bahwa *haters* adalah pembenci atau sekelompok orang yang benci pada seseorang yang biasanya populer dan menjadi *public figure*. Sayangnya para pembenci ini tidak memendam rasa tidak sukanya demikian tetapi mengekspresikannya pada berbagai media terutama media sosial. Ekspresi kebencian tersebut bisa dalam bentuk kritik, cacian, hingga serangan secara fisik. Hal ini dilakukan agar target kebencian tersebut frustrasi, stress dan hancur.

Para *haters* tersebut kemudian juga mempengaruhi orang lain agar turut membenci target yang sama dengan mereka. Sesungguhnya tak hanya artis atau selebritis saja yang mempunyai *haters* karena pada lingkungan yang lebih terbatas seperti rumah, sekolah, atau kantor sekalipun bisa saja ada orang yang “diserang” secara berkelompok dengan cara demikian atau bahasa yang lazim digunakan adalah di *bully*.

Tujuh tingkatan kelompok *haters*

1. Rasa tidak suka terhadap seseorang membuat *haters* bergantung dengan komunitas *haters*
2. Kumpulan pembenci tersebut lalu memproklamirkan eksistensi mereka biasanya dengan membuat grup dengan nama tertentu sebagai identitas *haters*
3. *Haters* akan selalu apriori terhadap target bahkan jika target mampu menunjukkan prestasinya misalnya dalam bidang yang ditekuni
4. Pada tingkatan ini *haters* berusaha merekrut orang lain untuk memperbesar grupnya dan mengajak untuk turut menghancurkan target

5. Serangan yang umum dilakukan *haters* adalah mengejek serta mencaci maki target
6. *Haters* sejati bahkan tega memfitnah untuk merusak reputasi target dengan segala cara. Ekspresi kebencian dilakukan semakin agresif dengan menteror dan yang lainnya
7. Pada tingkatan terakhir ini *haters* akan semakin membahayakan bagi target karena bisa menyerang secara fisik bahkan melakukan segala cara misalnya untuk menghancurkan karir target atau kebahagiaannya

Terciptanya *haters* bisa karena rasa iri melihat kepopuleran atau kesuksesan yang mungkin tak dapat menjadikan hal itu sebagai motivasi melainkan justru menjadi kebencian.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut N. Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 32), sedangkan menurut Nasution (1996: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2002: 19) adalah proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang

kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.

Menurut Sugiono yang dikutip pada bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif”, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (2007:1)

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2003:150)

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif (*descriptive reaserch*) yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat factual, secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai penelitian yang dimaksudkan memotret fenomena individual, situasi atau kelompok yang terjadi secara kekinian. Peneliatian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau pun karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu secara akurat

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Realitas *Bullying* pada Media Sosial Instagram bersifat objektif sebagaimana dilihat dari antusias pengguna bermain instagram
2. Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang pengguna instagram.
3. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Paradigma konstruktivisme berusaha memahami dunia pengalaman nyata yang kompleks dari sudut pandang individu-individu yang tinggal di dalamnya dalam rangka mengetahui makna, definisi dan pemahaman pelakunya tentang suatu realitas. Menurut Schwandt (Denzin dan Lincoln, 2009: 146), “dunia realitas kehidupan dan makna-makna situasi-spesifik yang menjadi obyek umum penelitian dipandang sebagai konstruksi para pelaku sosial”.

Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Morissan, 2009:107)

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek

sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Berger dan Luckmann, 2011: 43)

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Fenomenologi

Dalam pandangan fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Sosiologi fenomenologi pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh filsuf Edmun Husserl dan Alfred Shcultz. Pengaruh lainnya berasal dari Weber yang memberi tekanan pada *verstehen*, yaitu pengertian interpretasi terhadap pemahaman

manusia. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti tidak mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis memulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh fenomenolog ialah aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Para fenomenolog percaya bahwa makhluk hidup memiliki berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi dengan orang lain, dan bahwa pengertian pengalaman kita yang membentuk kenyataan.

Peneliti kualitatif cenderung berorientasi fenomenologi, namun sebagian besar diantaranya tidak radikal, tetapi pandangannya idealis. Mereka memberi tekanan pada segi subjektif, tetapi mereka tidak perlu menolak kenyataan adanya tempat “di tempat sana”. Artinya, mereka tidak perlu mendesak atau menentang pandangan orang yang mampu menolak tindakan itu. Sebagai gambaran, misalnya guru mungkin percaya bahwa ia dapat berjalan menembus dinding bata, tetapi untuk mencapainya memerlukan pemikiran. Peneliti kualitatif menekankan berpikir subjektif karena sebagai yang mereka lihat, dunia di dominasi oleh objek yang kurus dibandingkan dengan batu. Manusia kurang lebih sama dengan “mesin kecil” yang dapat melakukan sesuatu. Kita hidup dalam imajinasi kita, lebih banyak berlatar belakang simbolik dari pada yang konkret (Moleong 2002:9-10).

Fenomenologi adalah filosofi sekaligus pendekatan metodologis yang mencakup berbagai metode. Sebagai sebuah filosofi, fenomenologi adalah salah satu mencakup tradisi intelektual utama yang telah memengaruhi riset kualitatif. Poin kunci kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya membantu peneliti memasuki bidang persepsi orang lain guna memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang-orang tersebut. Fenomenologi membantu anda memasuki sudut pandang orang lain, dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan anda untuk melihat dari perspektif partisipan; metode ini juga menawarkan semacam cara untuk memahami kerangka yang telah dikembangkan oleh tiap-tiap individu, dari waktu ke waktu, hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupannya (Daymon dan Holloway, 2008:228).

Berikut ini, sifat-sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan yang membedakannya dengan metode-metode penelitian kualitatif yang lain: (a) menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia; (b) fokus penelitiannya adalah seluruh bagian, bukan per bagian yang membentuk keseluruhan; (c) tujuan penelitiannya adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekadar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas; (d) memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama melalui wawancara formal dan informal; (e) data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia; (f) pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti; (g) melihat

pengalaman dan perilaku sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya (Kuswarno, 2009: 36-37).

Sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memikirkan dan memilih unsur mana yang berasal dari pengalaman dan unsur mana yang terdapat dalam akal. Fenomenologi sebagai aliran filsafat dan sekaligus sebagai metode berpikir diperkenalkan oleh Husserl, yang beranjak dari kebenaran fenomena, seperti tampak apa adanya. Menurut Ferguson, suatu fenomena yang tampak, sebenarnya refleksi realitas yang tidak berdiri sendiri karena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna yang transendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat kebenaran harus menerobos melampaui fenomena yang tampak (Basrowi dan Sudikin, 2002:30).

Fenomenologi harus menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan pengamatan partisipan, wawancara yang intensif (agar mampu menyibak orientasi subjek atau dunia 'dunia kehidupannya'), melakukan analisis dari kelompok kecil, dan memahami keadaan sosial.

Menurut Orleans (Dimiyati, 2000:70), fenomenologi adalah instrument untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya. Fenomenologi berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial, dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Fenomenologi beranggapan bahwa masyarakat adalah hasil konstruksi manusia. Fenomenologi menekankan bahwa keunikan spirit manusia membutuhkan beberapa metode khusus sehingga seseorang mampu memahaminya secara autentik.

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna akun instagram di Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesediannya untuk diteliti dan bertemu di tempat yang nyaman seperti ruang café untuk melakukan wawancara dengan informan pangkal. Selain itu juga peneliti menjadi *follower* instagram.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan psikolog yang akan dijadikan sebagai informan kunci.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada pengguna akun media sosial instagram di Bandung. Persepsi tentang media sosial sebelum menjadi pengguna instagram, pemaknaan pengguna akun instagram ketika sedang di *bully*, pemaknaan pengguna akun instagram setelah menjadi korban *bully*.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 6 (enam) bulan yaitu dimulai dari September 2016 sampai dengan Maret 2017, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN TAHUN 2016- 2017									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar			
1	Observasi Awal	X	X								
2	Penyusunan Proposal Skripsi			X							
3	Bimbingan Proposal Skripsi				X						
4	Seminar Proposal Skripsi					X					
5	Perbaikan Proposal Skripsi					X					
6	Pelaksanaan Penelitian						X				
7	Analisis Data						X				
8	Penulisan Laporan						X				
9	Konsultasi						X				
10	Seminar Draft Skripsi							X			
11	Sidang Skripsi										X
12	Perbaikan Skripsi								X		

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell dalam Kuswarno (2008: 47), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi interaksi simbolik yaitu: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2008: 10), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
6. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
7. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
8. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.

9. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

1.3.4.1 Teknik Observasi Terlibat

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2006: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas komunikasi secara online yang dilakukan oleh pengguna akun media sosial instagram di Bandung. Peneliti tinggal di lokasi penelitian yakni di Bandung untuk melihat dari dekat atau mengamati secara langsung bagaimana pengguna akun instagram melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari ketika mempersepsi media sosial instagram, memaknai *bully* di media sosial instagram, memaknai *haters* di media sosial instagram.

Melalui teknik observasi terlibat ini, peneliti berupaya untuk masuk dalam komunikasi pengguna akun media sosial instagram untuk dapat mengetahui secara pasti logika subjektif seperti apakah makna *bullying* di media sosial instagram. Berkenaan dengan hal ini, peneliti telah berupaya untuk menempatkan diri sebatas

di belakang layar atau tidak menonjolkan diri dalam situasi tertentu. Peneliti menganggap hal ini sangat penting dilakukan dengan maksud agar dengan posisi yang demikian, peneliti tetap memiliki peluang untuk secara lebih leluasa mencermati situasi yang berkembang, saat mereka selesai berkomunikasi, peneliti mememinta waktu mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait untuk kepentingan analisis.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kegiatannya bermain media sosial instagram. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai *guidance*.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada pengguna akun instagram yang sudah dihubungi.
2. Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.

3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar realitas *bullying* di media sosial instagram.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait realitas *bullying* di media sosial instagram dan juga segala yang berhubungan dengan *bullying*.
5. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan

kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan realitas *bullying* di media sosial instagram dan juga segala yang berhubungan dengan *bullying*.

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

1. **Triangulasi Data:**

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang

dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori semiotika juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah, realitas *bullying* di media sosial intagram.