

Strategi Komunikasi Pemilik Akun Instagram Menghadapi Cyberbullying di Media Sosial

Studi Kasus pada Media Sosial Instagram

Strategy of Communication Instagram Account's Owner Facing Cyberbullying in Social Media

¹Yulina Sartika, ²Dr. Anne Maryani, Dra., M.Si

^{1,2}Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹yulinasartika@gmail.com, ²anyanIus@yahoo.com

Abstract. The revolution of information technology, internet and social media are able to change the behavior of human beings in socializing and communicating. Communication without control in social media cause in advent a variety of crimes for example cyberbullying. This research describes the reasons, opinions, and strategies cyberbullying victims in social media instagram. The victims in this case are instagram user that has many followers, namely account @jellyjel0, @neng_jepret, and @rinanose16. The case study research in this study is used to express the uniqueness of the characteristics contained in cases of cyberbullying experienced by the victims. The results of this study are the cyberbullying victims using the same strategy, that they are replying to cyberbullyings using arguments that have evidence, to minimize the possibility of cyberbullying attacks from other person. The victims also take advantage of block and report features to stop cyberbullying perpetrators on their social media accounts.

Keywords: Cyberbullying, Instagram, Haters, Netizen.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi, internet dan media sosial memberikan dampak perubahan kepada perilaku manusia dalam bersosial dan berkomunikasi. Komunikasi tanpa pengawasan dalam lingkup sosial akan dapat menyebabkan berbagai macam penyimpangan, sebagai contoh yang akhir-akhir ini sering kita dengar dengan istilah cyberbullying. Penelitian ini menjabarkan mengenai alasan, opini, dan strategi dari korban cyberbullying di media sosial instagram untuk melawan serangan cyberbullying. Korban dalam kasus ini adalah pengguna instagram yang memiliki banyak pengikut, yaitu akun @jellyjel0, @neng_jepret, dan @rinanose16. Penelitian studi kasus dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan kekhasan atau keunikan karakteristik yang terdapat di dalam kasus cyberbullying yang dialami para korban. Hasil dari penelitian ini adalah para korban menggunakan strategi yang sama, yaitu membalas serangan cyberbullying dengan menggunakan argumen yang memiliki bukti, untuk meminimalisir kemungkinan serangan cyberbullying dari pelaku yang lain. Korban juga memanfaatkan fitur block dan report supaya menghentikan akses pelaku cyberbullying pada akun media sosialnya.

Kata kunci: Cyberbullying, Instagram, Haters, Netizen.

A. Pendahuluan

Kasus perundungan atau *bullying* saat ini semakin banyak terjadi. Bukan hanya di kehidupan secara langsung, namun juga melalui media sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perundungan berasal dari kata rundung, yang berarti mengganggu, mengusik terus-menerus, menyusahkan. *Cyberbullying* atau perundungan siber adalah perilaku perundungan atau biasa disebut bully, yang berarti mengganggu, menggertak, dan melecehkan melalui internet atau dunia maya. *Cyberbullying* merupakan bentuk baru dari bullying tradisional yang biasa terjadi di kalangan remaja. Namun, *cyberbullying* berdampak lebih buruk daripada bullying tradisional, karena media sosial diakses banyak orang dan penyebarannya sangat cepat.

Dalam perilaku cyberbullying, ada beberapa individu yang berperan, yakni pelaku, korban, dan orang-orang yang menyaksikan dan menyadari adanya tindakan bully tersebut. Tindakan *cyberbullying* dapat dilakukan di berbagai media sosial seperti

facebook, twitter, ask.fm, instagram, dll.

Dari banyaknya media sosial tersebut, sudah pasti ditemukan hal-hal negatif, terutama *cyberbullying*. Kemudahan membuat akun instagram, menjadikan banyak orang berbondong-bondong membuat akun palsu atau bahkan akun haters, yang bertujuan untuk menyerang seseorang dengan foto atau video yang buruk, sampai caption yang terkesan mengintimidasi lawannya.

Kasus *cyberbullying* sudah banyak terjadi di berbagai negara. Contoh kasus cyberbullying yang paling terkenal di dunia adalah kisah tentang Amanda Todd, yang memutuskan bunuh diri setelah mengalami *cyberbullying*. Dan di Indonesia, ada kasus BY, yang juga memilih untuk mengakhiri hidup setelah menerima cacian dan makian di akun Twitternya. Semakin banyak platform media sosial, semakin banyak pula kasus *cyberbullying* yang ditemukan. Dan media sosial yang menjadi tempat paling banyak terjadi *cyberbullying* saat ini adalah media sosial instagram.

Cyberbullying marak terjadi karena mudahnya mengakses internet. Banyaknya *smartphone* dengan harga terjangkau yang dikeluarkan oleh berbagai brands, membuat penyebaran *smartphone* meningkat. Hal tersebut menjadikan pengguna internet pada perangkat mobile juga semakin meningkat. Saat ini, jumlahnya sudah mencapai 3.4 milyar di seluruh dunia. Artinya, 93% dari pengguna internet secara keseluruhan saat ini sudah “go online” via perangkat mobile.

Selain itu, laporan dari GSMA Intellegent juga menyatakan bahwa lebih dari 3,8 milyar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dan penetrasi internet di seluruh dunia mencapai 51%, atau bisa dibilang lebih banyak orang yang menggunakan internet daripada yang tidak. Dan dari 3,8 milyar orang, 2,9 milyarnya aktif menggunakan media sosial. Pada 2017, Tetra Pak Index juga mengungkapkan bahwa tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya. Di mana 85% di antaranya mengakses sosial media melalui perangkat seluler.

Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus maka fokus penelitian masalah dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apa strategi komunikasi yang dilakukan oleh korban dalam menghadapi serangan *cyberbullying* di media sosial. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini, adalah sebagai berikut.

1. Mengapa korban bisa menjadi sasaran *cyberbullying*?
2. Bagaimana opini korban ketika menerima pesan *cyberbullying*?
3. Bagaimana korban menyikapi serangan *cyberbullying*?

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Menurut Flew yang dikutip dalam Situmorang (2012:73), “*the idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies.*” Dalam hal ini beberapa pakar sepakat bahwa istilah *new media* digunakan untuk membedakan dari media lama atau media tradisional yang lebih dahulu ada. Untuk mengakses internet, dibutuhkan perangkat yang dapat menunjang, seperti komputer, telepon pintar, tablet, atau lainnya. Mengakses internet memungkinkan pengguna untuk membuka situs-situs web maupun mesin pencari yang dapat membantu pengguna dalam berbagai hal. Selain situs web yang memberikan informasi, media baru juga memiliki media sosial, yaitu suatu media untuk bersosialisasi satu sama lain melalui internet. Contoh media sosial adalah Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube.

Chris Brogan mendefinisikan *Social media* sebagai satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Suardi, 2016:83). Menurut Hadi Purnama dalam Suardi (2016 :83), sosial media mempunyai beberapa karakteristik khusus, diantaranya:

1. Jangkauan (*reach*), yakni media sosial memiliki daya jangkauan dari skala kecil hingga khalayak global.
2. Aksesibilitas (*accessibility*), yang berarti media sosial sangat mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
3. Penggunaan (*usability*), berarti sosial media relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*), yakni media sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
5. Tetap (*permenence*), yang artinya media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial sebagai bagian dari *new media* dikenal dengan istilah CMC atau *Computer Mediated Communication*. Karena untuk dapat mengakses media sosial, dibutuhkan medium berupa komputer, dan yang lebih modern adalah *smartphone*.

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan bentuk komunikasi di era modern. Jika sebelumnya hanya dikenal komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, dan organisasi, maka di era kemajuan teknologi ini, komunikasi bisa dilakukan melalui perangkat komputer, atau saat ini juga menggunakan perangkat *smartphone*. CMC adalah suatu proses komunikasi atau pertukaran informasi yang dilakukan melalui medium, dalam hal ini komputer. Dalam prakteknya, CMC biasanya dikaitkan dengan komunikasi manusia pada, melalui, atau menggunakan internet dan web.

Terdapat lima jenis sistem media yang mendukung CMC secara verbal dan nonverbal, yaitu : *text, graphics, images, audio, and video*. Lima jenis media ini digunakan untuk mendukung aktivitas komunikasi melalui internet yang disampaikan secara verbal maupun non verbal, dan akan memberikan efek psikologis tertentu sesuai dengan keinginan pengguna internet. (Maryani, 2006 :2)

Dalam media baru, tetap terdapat unsur-unsur komunikasi yang sama dengan komunikasi langsung. Yakni komunikator, pesan, media, dan *feedback*. Terdapat beberapa level komunikasi, yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi organisasi, hingga komunikasi massa. Keseluruhan tahapan tersebut mempengaruhi seperti apa komunikator dan komunikan yang terlibat, juga berkaitan dengan pesan dan media apa yang digunakan. Penelitian ini membahas proses komunikasi interpersonal yang dilakukan di media baru, karena media baru memiliki berbagai ciri khas tersendiri, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi proses komunikasi yang terjadi di dalamnya.

Komunikasi interpersonal merupakan aktivitas yang dilakukan antar individu dan. komunikasi interpersonal akan menciptakan makna dari apa yang dikomunikasikan oleh orang lain. Kita tidak hanya bertukar kalimat, tetapi juga saling berkomunikasi. Kita menciptakan makna seperti kita memahami tujuan setiap kata dan perilaku yang ditampilkan oleh oranglain” (Wood, 2010: 27)

Komunikasi dalam media baru melibatkan masalah etika. Etika menaruh perhatian pada masalah benar dan salah. Oleh karena komunikasi interpersonal tidak dapat ditarik kembali, ia selalu memiliki dampak dalam etika antarmanusia. Terutama pada komunikasi melalui media baru, yang karakteristik pesannya dapat direkam dan dapat tersimpan selamanya.

Salah satu kesalahan dalam komunikasi di media baru adalah *cyberbullying*. Bentuk dan metode tindakan *cyberbullying* amat beragam. Bisa berupa pesan ancaman melalui e-mail, mengunggah foto yang mempermalukan korban, membuat situs web untuk menyebarkan fitnah dan mengolok-olok korban hingga mengakses akun jejaring sosial orang lain untuk mengancam korban dan membuat masalah. Aktivitas *cyberbullying* di media sosial, biasanya menyebabkan adu argumen di antara pelaku dan korban.

Ramage dan Bean dalam Winahyu (2011 : 15) berpendapat bahwa argumen selalu dalam kerangka persuasif karena argumen menekankan pada penemuan dan penyampaian judgement tentang suatu kenyataan melalui pendekatan yang berupa alasan-alasan. Argumen merupakan komponen yang membangun argumentasi. Toulmin mengamati bahwa dalam setiap tindakan mengemukakan pendapat atau berargumen selalu terdapat beberapa elemen penting, yaitu : *Claim (C)*, *Data (D)*, *Warrant (W)*, *Backing (B)*, *Qualifer (Q)*, dan *Rebutal (R)*. (Winahyu, 2011:16)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Alasan Korban Menjadi Sasaran *Cyberbullying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki kesamaan mengapa mereka menjadi korban *cyberbullying*, yang pertama adalah karena ketiganya merupakan *public figure*, sehingga banyak orang ingin mengetahui kehidupan mereka melalui media sosial instagram. Karena banyak orang yang ingin tahu, sehingga jumlah pengikut mereka di media sosial instagram sangatlah banyak, yakni sekitar 250 ribu hingga 10 juta pengikut. Hal tersebut menyebabkan banyaknya orang melihat unggahan mereka.

Selain itu, hal yang mereka unggah ke media sosial instagram biasanya menimbulkan kontroversi, sehingga memancing ribuan hingga jutaan orang yang melihat unggahan tersebut untuk berkomentar. Tidak jarang, komentar yang dilayangkan mengandung unsur *cyberbullying*. Ketika seseorang sudah memiliki citra yang buruk di mata masyarakat, maka apapun yang mereka lakukan akan terlihat buruk di mata masyarakat. Begitu pun di media sosial. Sekali seseorang menjadi korban *cyberbullying*, pelaku akan terus menerus menyerang untuk mendapatkan kepuasan tersendiri.

Opini Korban Ketika Mendapat Serangan *Cyberbullying*

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa korban memiliki opini negatif dan positif mengenai para pelaku *cyberbullying*. Opini negatif yang pertama adalah korban menganggap orang-orang yang melakukan *cyberbullying* cukup mengganggu, karena setiap hari pelaku melayangkan serangan *cyberbullying* ke media sosial instagram milik korban, sehingga mengganggu kehidupan korban.

Lalu, korban juga menganggap orang-orang yang melakukan *cyberbullying* sebagai orang yang kurang memiliki rasa peduli pada sekitar. Karena mereka melakukan *cyberbullying* tanpa memperhatikan bagaimana perasaan dan apa dampak yang akan terjadi pada korban *cyberbullying*.

Sedangkan komentar positif mengenai pelaku *cyberbullying* adalah para korban menganggap orang-orang yang melakukan *cyberbullying* sebagai pengingat kepada

pemilik akun supaya lebih baik lagi. Beragam komentar dan kritik yang disampaikan pelaku, meskipun menggunakan kata-kata yang kasar dan tidak sopan. Namun, ketika sudah keterlaluan, mereka akan menganggap pelaku sebagai pengganggu, yang tidak memiliki rasa peduli terhadap sekitar.

Sikap yang dilakukan Korban Menghadapi Serangan *Cyberbullying*

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ketiga informan memiliki kesamaan strategi untuk menghadapi serangan *cyberbullying* di media sosial, yaitu selalu jujur dan bersikap apa adanya, tidak perlu pencitraan, karena sekali netizen tau mereka melakukan kebohongan, *cyberbullying* akan semakin banyak menyerang infroman. Sikap jujur di media sosial di butuhkan supaya tidak ada celah bagi netizen melakukan *cyberbullying*, berupa penghinaan, pencemaran nama baik, maupun fitnah. Karena sekali korban melakukan kebohongan, netizen dan pelaku akan semakin gencar melakukan *cyberbullying*.

Lalu, korban harus membalas komentar pedas netizen dengan argumentasi yang baik, yang di dukung dengan bukti-bukti kuat, sehingga netizen lain merasa tidak punya ruang untuk terus menerus melakukan *cyberbullying*. Cara membalas komentar buruk netizen adalah dengan menggunakan argumentasi yang baik, di dukung dengan bukti yang kuat, sehingga pelaku tidak memiliki ruang untuk melanjutkan serangan *cyberbullying*.

Dan apabila pelaku terus menerus melakukan *cyberbullying* tanpa alasan yang jelas dan semakin tidak terkendali, korban melakukan *block* dan *report* pada akun pelaku, supaya akses pelaku terhadap korban terputus.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemilik Akun Instagram Menghadapi *Cyberbullying* di Media Sosial (Studi Kasus pada Media Sosial Instagram), dengan penelitian menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan telah dijabarkan dan di analisa sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Korban menjadi sasaran *cyberbullying* karena profesinya sebagai *public figure* yang memiliki banyak pengikut, sehingga apapun yang di unggah di media sosial milik korban akan menarik banyak perhatian netizen untuk berkomentar. Jenis unggahan yang kontroversial juga memberikan celah bagi netizen dan pelaku *cyberbullying* melakukan serangan terhadap korban.
2. Opini korban ketika mendapatkan serangan *cyberbullying* terbagi menjadi opini positif dan negatif. Opini positifnya adalah mereka menganggap pelaku sebagai pengingat supaya korban menjadi lebih baik lagi. Sedangkan opini negatif disampaikan korban ketika pelaku sudah sangat mengganggu kehidupan korban, seakan-akan tidak peduli dengan perasaan korban.
3. Cara ketiga korban menyikapi serangan *cyberbullying* adalah dengan membalas menggunakan argumentasi dan bukti yang kuat, sehingga pelaku tidak memiliki celah untuk melakukan serangan *cyberbullying*. Jika dirasa masih terus menerus mengganggu, korban akan melakukan *block* dan *report* pada akun pelaku.

Jadi, strategi komunikasi yang dilakukan korban untuk menghadapi *cyberbullying* adalah dengan menggunakan media sosial dengan bijak. Jujurlah dalam setiap unggahan di media sosial. Lalu, jika menerima serangan *cyberbullying*, balas dengan tenang dan menggunakan argumentasi yang baik, di dukung bukti yang kuat, supaya pelaku berhenti melakukan *cyberbullying*.

E. Saran

1. Korban harus lebih bijak dalam mengunggah sesuatu ke media sosial, sehingga tidak memancing serangan *cyberbullying*.
2. Pelaku harus diberikan pengetahuan mengenai dampak psikologis yang akan dialami korban *cyberbullying*.
3. Peraturan dalam UU-ITE harus lebih tegas, supaya pelaku tidak terus menerus melakukan *cyberbullying* karena tau adanya ancaman hukuman bagi pelaku.

Daftar Pustaka

- Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media. Komputindo Kompas Gramedia.
- DeVito, Joseph. A. 1996. Komunikasi Antar Manusia, Edisi Kelima. Penerjemah Agus Maulana MSM. 1997. Jakarta: Professional Books.
- Keraf, Gorys. 2004. Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa. Flores: Nusa Indah
- Santana, Septiawan. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Suardi, 2016. Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. Riau :Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Suska Riau
- Wood, Julia T. 2010. Komunikasi Interpersonal : Interaksi Keseharian. Jakarta : Salemba Humanika
- Putri, Fanny Aulia. (2014). Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa Sma Negeri 1 Medan Terhadap Tindakan Cyberbully di Media Sosial). Medan : Universitas Sumatera Utara
- Situmorang, James R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya. Bandung : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : Universitas Katolik Parahyangan.
- Winahyu, Sri Kusuma. 2011. *Argumen dalam Teks* Opini Majalah TEMPO. Depok : Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Program Studi Magister Logistik. Universitas Indonesia.
- “Data Pengguna Internet Tahun 2017”
<https://www.youthmanual.com/post/fun/did-you-know/data-pengguna-internet-tahun-2017-dan-apa-kesimpulan-yang-bisa-diambil-dari-data-tersebut> (diakses pada 7 Februari 2018, 15:05 WIB)
- “132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40 persen Penggila Medsos”
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos> (di akses pada 9 Februari 2018, 15:08)