

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hidup di zaman serba canggih ini kita tidak bisa lepas dari yang namanya internet (*Interconnection-Networking*). Kebutuhan akan teknologi semakin meningkat. Internet adalah seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar system global *Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Internet adalah media penyedia informasi, selain sebagai penyedia informasi internet juga dapat melakukan aktifitas perdagangan. Tidak hanya itu internet juga dapat memperluas jaringan pertemanan di seluruh dunia. Pertumbuhan internet sangat pesat bahkan sampai menembus batas negara. Kegiatan melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam.

Dunia maya (*Cyberspace*) adalah media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal balik secara online. Dunia maya ini merupakan integrase dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer (sensor, tranduser, koneksi, transmisi, prosesor, signal, kontroler) yang dapat menghubungkan peralatan komunikasi (komputer, telpon genggam, instrumentasi elektronik, dan lain-lain) yang tersebar di seluruh penjuru dunia secara interaktif.

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial,

wiki, forum, dan dunia virtual. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial. Teknologi yang semakin canggih memberikan kemudahan untuk manusia agar dapat terus terhubung kepada setiap manusia di belahan dunia.

Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Nasrullah, 2015:11). Sedangkan DR. Rose Mini A.P., M. PSI, mengemukakan saat ini media sosial kerap dijadikan sarana untuk katarsis, yaitu upaya untuk menyalurkan emosi dan mendapatkan perhatian (Nasrullah, 2015:66).

Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini semakin terasa kental di kalangan masyarakat. Banyak yang dapat dilakukan masyarakat lewat media sosial dari mulai baca berita, belanja, sampai pesan transportasi pun sudah bisa dilakukan secara online. Facebook, Twitter, Instagram, Bbm, dan lain sebagainya seperti sudah menjadi trend tersendiri di kalangan masyarakat. Media sosial tersebut seolah tidak bisa dipisahkan dari diri masyarakat.

Media sosial sangat disenangi oleh siapapun, dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Bbm, WhatsApp, dan Line adalah contoh media sosial yang bersifat privat sedangkan Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube adalah contoh media sosial yang bersifat sedikit terbuka. Lewat tulisan-tulisan yang kita bagikan ke media sosial atau foto-foto yang kita posting dapat menggambarkan diri kita. Banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar. Selain itu media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk jual-beli, promosi, iklan, menyebarkan informasi, atau hanya sekedar untuk hiburan semata.

Meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia disebabkan oleh semakin lengkapnya fasilitas akses internet yang dilakukan oleh para produsen telepon seluler dan para penyedia layanan komunikasi. Remaja adalah salah satu pengguna media sosial yang paling aktif dibandingkan pengguna pada usia 35-45 tahun. Hasil dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017. Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41% masih dari kalangan masyarakat urban.

Salah satu media sosial yang sedang diminati masyarakat adalah YouTube. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video, situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. YouTube diluncurkan pada 14 Februari 2005. YouTube di dirikan oleh Jawed Karim, Chad Hurley, dan Steve Chen. CEO YouTube mengatakan kini YouTube telah memiliki 1,8 Miliar pengguna terdaftar atau yang login setiap bulannya. Angka tersebut tidak termasuk bagi pengguna yang menonton video tanpa mendaftar akun.

YouTube sudah menjadi trend di kalangan masyarakat. Banyak selebritis yang fokus membuat konten-konten untuk YouTube. “YouTube lebih dari TV” itulah slogan yang sering diucapkan oleh pengguna YouTube. Pembuat konten dalam YouTube disebut YouTubers. Mereka mengemas konten mereka semenarik mungkin untuk mendapatkan *viewers* yang banyak. Pengguna YouTube bisa dengan bebas mengunggah video apa saja ke dalam channel YouTube mereka. Selain itu para pengguna YouTube juga dapat berkomentar bebas terhadap video yang diunggah oleh YouTubers tersebut.

YouTube memberikan kemudahan bagi mereka para fans yang ingin selalu

update video terbaru idolanya. Cukup dengan klik tombol “*subscribe*” maka pengguna YouTube akan selalu mendapat *notification* video baru yang diunggah oleh sang idola. Aktifitas pengguna YouTube bukan hanya itu saja, pengguna dapat menyukai video tersebut dengan cara mengklik tombol like yang berbentuk jempol dan pengguna juga dapat berkomentar terkait video tersebut. YouTubers adalah sebutan untuk pengguna YouTube yang akun YouTubanya memiliki banyak *subscriber* dan *viewers*.

Seorang YouTubers harus mempunyai mental yang kuat, karena *viewers* tidak selalu berkomentar dengan baik dan sopan. Contohnya *haters*, *haters* adalah orang yang siap mengkritisi video yang diunggah oleh seorang YouTubers. Lewat kolom komentar ia akan berbicara terang-terangan tentang video yang telah diunggah oleh si pemilik channel YouTube tersebut. Cara penyampaian seorang *haters* terkadang tidak sopan, contohnya dalam berbahasa. Ia menggunakan kata-kata yang “kotor” dan selalu berasumsi negatif. Berbeda halnya dengan *fans* atau yang hanya menjadi penikmat. Ia akan berkomentar dengan bahasa yang baik, sopan, dan tidak memprofokasi orang lain.

Konten yang diunggah ke dalam YouTube bermacam-macam, ada yang mengunggah video kehidupan glamournya, kegiatan sosial, review tentang gadget, sampai rutinitas setiap harinya. Dengan berkembangnya zaman setiap orang bebas beropini di ruang terbuka termasuk di dunia maya seperti media sosial.

Video yang diunggah oleh seorang YouTubers dapat menimbulkan reaksi positif maupun negatif langsung dari *subscriber* (langganan) atau *viewers* (penonton) nya. Hal ini dapat dilihat langsung pada komentar-komentar yang ada

pada video yang telah diunggah tersebut, sehingga sering kali terjadi konflik antara YouTubers dengan *subscriber* ataupun *subscriber* dengan *subscriber* pada kolom komentar. Percekcokan yang terjadi dapat menyebabkan adanya *cyberbullying*.

Dengan munculnya media sosial di kalangan masyarakat juga membawa dampak negatif. Salah satu dampak negatifnya adalah *bullying*. *Cyberbullying* adalah perilaku agresif yang intensional dilakukan oleh kelompok atau individu menggunakan media elektronik, secara berulang untuk menyerang korban yang tidak bisa melindungi dirinya sendiri (Smith, dkk, 2013 : 20). Intimidasi dunia maya adalah kejadian manakala seorang anak atau remaja diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan oleh anak atau remaja lain melalui media internet, teknologi digital atau telpon seluler.

Cyberbullying bisa dikategorikan sebagai kejahatan dunia maya. Bentuk intimidasi dalam dunia maya sangat beragam, dapat berupa pesan ancaman melalui surel (surat elektronik), mengunggah foto yang mempermalukan korban, membuat situs web untuk menyebar fitnah dan mengolok-olok korban hingga mengakses akun jejaring sosial orang lain untuk mengancam korban dan membuat masalah.

Fenomena *bullying* adalah fenomena yang sangat memprihatinkan. Tidak sedikit orang yang melakukan tindak kejahatan yang tidak memikirkan dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan dari hal yang kita lakukan baik untuk diri sendiri atau orang lain.

Di Indonesia sendiri telah banyak terjadi kasus *cyberbullying* yang menyebabkan para korbannya mengalami gangguan secara mental bahkan sampai tidak mau keluar rumah. Salah satu contoh kasus *cyberbullying* yang ada di

Indonesia adalah artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe. Dia bukan seorang YouTubers namun video tentang dirinya banyak beredar di channel YouTube milik orang lain. Bowo adalah salah satu korban *bullying* media sosial. Kasus seperti ini adalah hal yang sangat memprihatinkan. Bowo yang usianya tergolong masih belia mendapat berbagai bentuk kekerasan *cyberbullying* di media sosial.

Kasus ini bermula ketika Bowo Alpenliebe menjadi terkenal dan populer melalui konten video dari aplikasi Tik-Tok yang diunggah di media sosial instagramnya. Dari ke populerannya Bowo juga sempat mengadakan Meet and Great dengan para fansnya, namun dari sini Bowo mendapatkan hujatan dan makian. Banyak fans yang merasa dirugikan akibat penampilan Bowo yang tidak sesuai dengan apa yang ada di konten video yang diunggah dalam akun instagramnya. Banyak yang mengunggah postingan dan berkomentar kasar bahwa penampilan Bowo sangatlah berbeda dalam dunia nyata, bahkan sampai ada yang membuat konten video yang berisi hujatan terhadap Bowo.

Kasus Bowo viral melalui media sosial, situasi ini juga dimanfaatkan oleh beberapa YouTubers Indonesia. Ada beberapa YouTubers yang dengan sengaja mengunggah video Bowo hanya untuk mempermalukan Bowo. Bowo terkenal lewat aplikasi Tik-Tok, yang mana pada saat itu aplikasi tersebut banyak penggunanya. Tik-Tok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video music Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek dengan kreasi mereka sendiri. Dari video tentang bowo yang diunggah oleh para YouTubers banyak komentar negatif bahkan cacian untuk Bowo.

Penulis memilih Bowo diantara artis Tik-Tok lain karena Bowo salah satu artis Tik-Tok yang sangat viral, dengan kelugunya Bowo tidak sadar kalau dia dijadikan komoditas oleh penyelenggara event. Bowo yang tidak tau apa-apa tiba-tiba menerima hujan dari berbagai kalangan. Bowo termasuk artis Tik-Tok yang paling banyak menerima *bullying* di media sosial, salah satunya di media sosial YouTube.

Penulis memilih YouTube karena media sosial ini lagi sangat diminati oleh kalangan masyarakat khususnya remaja, selain itu youtuber salah satu orang yang sangat berpengaruh atas *bullying* yang terjadi terhadap Bowo.

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di masyarakat, maka diperlukan adanya penyebaran berupa angket melalui survey masyarakat. Di mana target dari sosialisasi adalah siswa dan siswi SMK Negeri 13 Jakarta.

SMK Negeri 13 Jakarta Barat ini adalah sekolah kejuruan yang terletak di Jl. Sandang II E Rawa Belong Jakarta Barat. Dalam penelitian ini peneliti memilih salah satu jurusan dalam sekolah tersebut yaitu jurusan Seni Teater. Peneliti melakukan survey kepada siswa kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta yang berjumlah 83 orang yang rata-rata berusia 15-18 Tahun.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada siswa kelas X, XI, XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta adalah dikarenakan media sosial sangat identik dengan kaum remaja, dan seluruh siswa kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta ini adalah remaja berusia 15 – 18 tahun, oleh karena itu peneliti melakukan penelitian tersebut dan ingin mengetahui pendapat masyarakat sekitar SMK Negeri

13 Jakarta khususnya pada siswa kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta mengenai fenomena *cyberbullying* tersebut, dengan cara membagikan kuesioner, dan mensurvei langsung kepada siswa kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta. Syarat terpenting berlangsungnya survey siswa/siswi ini adalah dengan interaksi sosial. Dimana survey tersebut dapat berlangsung secara tatap muka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka fokus masalah yang akan dibahas peneliti adalah “Apakah terdapat pengaruh yang menyebabkan masyarakat melakukan *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis meneliti kasus ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe.

Survey pada Siswa/I kelas X, XI, XII jurusan Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan kegunaan penelitian kali ini diantaranya, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam kaitan-kaitannya dalam masalah di media sosial, lebih khusus lagi mengenai *cyberbullying* di media sosial YouTube. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi bagi para peneliti-peneliti selanjutnya dengan tema sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan sebagai salah satu bentuk pemecahan masalah yang muncul dalam kehidupan sosial, khususnya masalah penyalahgunaan di media sosial.

