

**PENGARUH *CYBERBULLYING* DI MEDIA YOUTUBE TERHADAP
VIRAL ARTIS TIK-TOK BOWO ALPENLIEBE DI MASYARAKAT
(Survey pada Siswa Kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta
Barat)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:
LISTIANI**

051303503125042

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2019

**THE INFLUENCE OF CYBERBULLYING ON YOUTUBE MEDIA ON
THE VIRAL TIK-TOK BOWO ALPENLIEBE ARTIST IN THE
COMMUNITY**

**(Survey of Class X, XI and XII Students of Theater Arts at SMK Negeri 13
West Jakarta)**

THESIS

**Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Communication Science**



**Arranged By:
LISTIANI
051303503125042**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2019**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 22 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



(Listiani)

051303503125042

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Listiani
NIM : 05130350125042
JUDUL : Pengaruh *Cyberbullying* Di Media YouTube
Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di
Masyarakat (Survey pada Siswa Kelas X, XI dan XII
Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta Barat)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 22 Juli 2019

Menyetujui,

Pembimbing II



(Achmad Budiman S, M.I.Kom)

Pembimbing I



(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Mengetahui,

Ketua program Studi



(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISP



(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Listiani
NIM : 051303503125042
JUDUL : Pengaruh Cyberbullying Di Media Youtube Terhadap
Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat
(Survey pada Siswa Kelas X, XI dan XII Seni Teater
SMK Negeri 13 Jakarta Barat)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Jakarta, 22 Juli 2019

Menyetujui

Ketua Penguji

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Anggota Penguji I

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

Anggota Penguji II

(Bertha K, Sinambela, S.Sos, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

DEKAN FISIP


(Sandra Olifia, M.Si)


(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

Kata Pengantar

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya dan sholawat serta salam peneliti panjatkan kepada bimbingan besar Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Cyberbullying di Media YouTube Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di Masyarakat (Survey pada Siswa/i Kelas IX SMP Negeri 185 Jakarta)”. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. ALLAH SWT yang selalu memberikan kemudahan penulis dalam menyusun skripsi ini
2. Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si, selaku Dekan FISIP
3. Ibu Sandra Olifia, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Dra. Solten Rajagukguk, M.M, selaku dosen pembimbing I
5. Bapak Achmad Budiman Sudarsono, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II
6. Orang tua, Kakak, dan Adik yang senantiasa mendukung penulis baik secara moril maupun materil
7. Teman-teman yang tiada hentinya memberikan support kepada penulis

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 22 Juli 2019



Penulis
Listiani

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Lisiani
NIM : 051303503125042
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Pengaruh *Cyberbullying* Di Media YouTube Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat

Jumlah viii Halaman + 84 Halaman + 5 Lampiran

Bibliografi: 17 Buku (2001-2015)

ABSTRAK

Cyberbullying adalah tindakan yang dimaksudkan untuk mempermalukan, mengintimidasi, menyebar keburukan dan kebencian di media *cyber*. Pada penelitian ini masalah yang dirumuskan yakni adakah pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe di masyarakat.

Media sosial termasuk media baru jadi teori yang digunakan adalah teori media baru (*new media*). *New Media* merupakan sarana perantara yang baru. Penelitian ini juga menggunakan *Stimulus-Object-Response* yang pada dasarnya mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media sosial/media massa.

Peneliti melakukan penelitian di SMK Negeri 13 Jakarta barat. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivistic, pendekatan kuantitatif, metode penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sampel pada penelitian ini ada 83 siswa.

Dari hasil uji determinasi, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.018, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 01.8%

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0.225 > 0.05$ dan nilai t hitung $-1.223 < 1.993$, sehingga dapat disimpulkan bahwa X ditolak yang berarti tidak dapat pengaruh terhadap Y. Jadi tidak terdapat pengaruh *cyberbullying* di media youtube terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe pada Siswa/I SMKN 13 Jakarta (Ho diterima dan Ha ditolak).

Kata kunci : *Cyberbullying*, *YouTube*, viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe.

Pembimbing I : Drs. Solten Rajagukguk, M.M

Pembimbing II : Achmad Budiman S, M.I.Kom

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Lisiani
NIM : 051303503125042
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Pengaruh *Cyberbullying* Di Media YouTube Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat

Jumlah viii Halaman + 84 Halaman + 5 Lampiran

Bibliografi: 17 Buku (2001-2015)

ABSTRACT

Cyberbullying is an action intended to humiliate, intimidating, spreading ugliness and hatred in cyber media. In this research, the problem formulated is the influence of cyberbullying on YouTube media on the viral tick-tok artist Bowo Alpenliebe in the community.

Social media including incipient media theory used is new media theory. New Media is a new intermediary tool. This research also uses Stimulus-Object-Response which basically reveals the existence of reactions due to the stimulus that is given in this case by social media / mass media.

Researchers conducted research at SMK Negeri 13 West Jakarta. In this study using a positivistic paradigm, quantitative approach, survey research methods using a questionnaire as an instrument for collecting data. The sample in this study were 83 students.

From the results of the determination test, it is known that the R Square value of 0.018, this implies that the influence of the X variable on the Y variable is equal to 01.8%

Known value of Sig. for the effect of X on Y is $0.225 > 0.05$ and the t value is $-1.223 < 1.993$, so it can be concluded that X is rejected, which means there is no effect on Y. So there is no effect of cyberbullying on YouTube on the viral tick-tock artist Bowo Alpenliebe on Students / SMKN 13 Jakarta (Ho accepted and Ha rejected).

Keywords: Cyberbullying, YouTube, viral tick-tock Bowo Alpenliebe artist.

Pembimbing I : Drs. Solten Rajagukguk, M.M

Pembimbing II : Achmad Budiman S, M.I.Kom

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori New Media	10
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1 Efek Media Massa	12

2.2.2 Media Sosial	15
2.2.3 Cyberbullying	15
2.2.4 YouTube	20
2.3 Alur Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Desain Penelitian	27
3.2.1 Paradigma Penelitian	27
3.2.2 Pendekatan Penelitian	28
3.2.3 Metode Penelitian	29
3.2.4 Sifat Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Operasional Variabel	31
3.5 Reliabilitas dan Validitas	34
3.5.1 Uji Reliabilitas	34
3.5.2 Validitas	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	37
3.7.2 Koefisien Determinasi	38
3.7.3 Uji Simultan (F)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40

4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Media Sosial Youtube	40
4.1.2 Kegunaan YouTube.....	42
4.1.3 Fitur Media Sosial YouTube	43
4.1.4 Bowo Alpenliebe	47
4.1.5 SMK NEGERI 13 JAKARTA	49
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Deskripsi Data.....	50
4.2.2 Pengaruh <i>Cyberbullying</i> Di Media <i>YouTube</i> (X).....	52
4.2.3 Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat (Y)	63
4.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

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 integrasi dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer (sensor, transduser, koneksi, transmisi, prosesor, signal, kontroler) yang dapat menghubungkan peralatan komunikasi (komputer, telepon 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

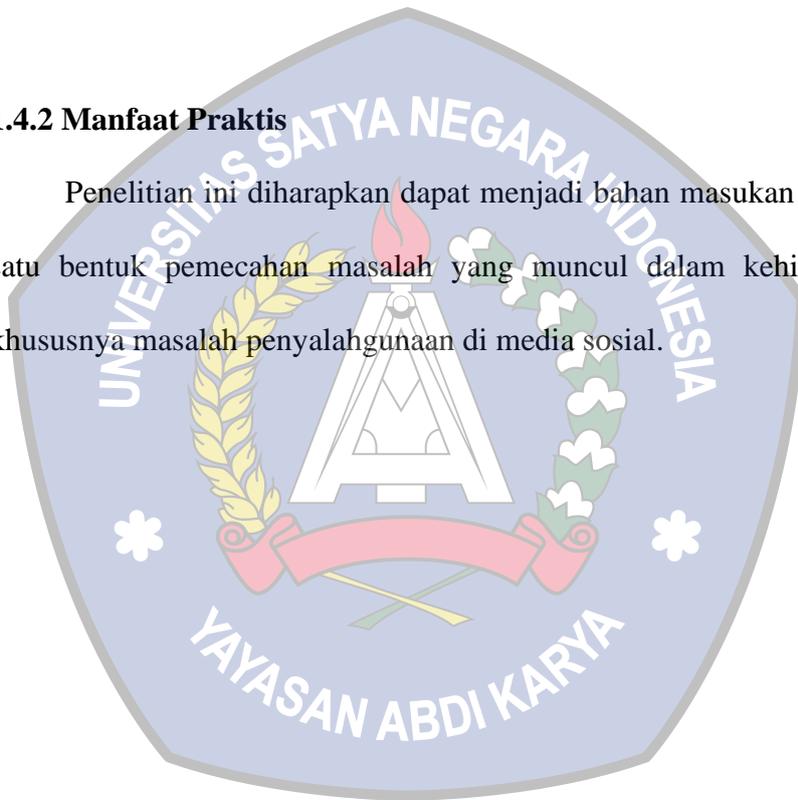
Sedangkan kegunaan penelitian kali ini diantaranya, yaitu :

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.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Untuk dapat melakukan penelitian mengenai pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe diperlukan teori-teori sebagai dasar penelitian.

2.1.1 Teori Media Baru (*New Media*)

Kehadiran situs jejaring sosial atau yang sering disebut dengan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* dan sebagainya merupakan /media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas dan bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial diruang *cyber*. Misalnya fasilitas pada facebook, yakni “*wall* atau dinding” pengguna bisa mengungkapkan apa yang sedang disaksikan atau dialami, keadaan disekitar dirinya, hingga bagaimana tanggapannya terhadap situasi, misalnya politik pada saat ini (Ruli:43-44).

Media baru mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian, keuntungan, dan keseimbangan. Media yang baru memang pilihan yang sangat luas tetapi pilihan tidak selalu tepat ketika kita membutuhkan panduan dan susunan. Perbedaan adalah salah satu nilai besar dalam media baru, tetapi perbedaan juga dapat menyebabkan adanya perpecahan dan pemisahan. Media baru memberikan keluwesan waktu dalam penggunaan, tetapi juga menciptakan

tuntutan waktu yang baru (John&Karen,2009:414).

Kehadiran media baru (*New Media*) menyebabkan perubahan dalam banyak bidang, yaitu perubahan dari modernity kepostmodernity, meningkatkan aktivitas proses globalisasi, dimana adanya pergantian pemikiran didunia barat, dari era industri manufaktur oleh postindustrial ke era digitalisasi komputer oleh kaum capitalism (Boediman,2005:1).

Menurut Richard Hunter (2002) sebagaimana yang diulas dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Rulli, 2015:1).

Kata *new* dalam *new media* membawa makna ideologis bahwa baru sama dengan lebih baik, adanya pergeseran pemikiran, dimana konotasi *the new* diambil atau diperoleh dari sebuah keyakinan kaum modernis dalam perkembangan sosial yang dibawa kecanggihan teknologi (Boediman, 2015:2).

Mcluhan berpendapat mengenai *new media*, Mcluhan menawarkan teori kepada dunia dalam upaya untuk memahami media baru dan mengapa pekerjaannya telah dilihat sebagai kebaruan yang penting dalam teknologi media (Boediman, 2015:2).

Dalam hal ini, YouTube termasuk salah satu media sosial yang merupakan bagian dari media baru (*new media*). Keberadaan media sosial sebagai media baru, maka dalam penelitian ini teori yang digunakan sebagai alat ukur dan pendukung adalah teori *New Media* (Media Baru). Peneliti menganggap teori ini relevan dengan keberaaan media sosial yang merupakan

pendatang baru dalam ranah media.

Alasan penulis menggunakan teori tersebut ialah karena penulis menganggap bahwa YouTube termasuk salah satu media sosial yang merupakan bagian dari media baru. Dimana media baru (*new media*) merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media khususnya media sosial.

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1 Efek Media Massa

Pada umumnya kita lebih tertarik kepada apa yang dilakukan media massa pada kita, dari pada apa yang kita lakukan pada media massa (Ardianto,dkk, 2007:50).

Donald K. Robert mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa “efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Karena fokusnya pesan, maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Adapun efek yang ditimbulkan media massa adalah sebagai berikut:

A. Efek kehadiran media massa.

a. Efek Ekonomi

Kehadiran media massa ditengah kehidupan manusia dapat menumbuhkan berbagai usaha, produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media massa.

b. Efek Sosial

Efek sosial berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa. Misalnya, kehadiran televisi dapat meningkatkan status sosial dari pemiliknya.

c. Penjadwalan kegiatan sehari-hari

Sebelum ke kantor, masyarakat kota pada umumnya menyempatkan untuk membaca koran terlebih dahulu. Pada waktu maghrib, selepas sholat, anak-anak dapat menonton tv yang menyediakan program hiburan.

d. Efek hilangnya perasaan tidak nyaman

Orang yang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologisnya dengan tujuan untuk menghilangkan perasaan tidak nyaman, misalnya menghilangkan perasaan sedih, kecewa, marah, dan sebagainya.

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 akan mempunyai perasaan positif atau negative terhadap media tertentu.

B. Efek Pesan

a. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya, dalam efek kognitif ini akan

dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

b. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

c. Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi bringas. Siaran kesejahteraan keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. Pernyataan-pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan, dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Dari penjelasan mengenai efek media massa di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa dampak media massa sangat besar. Dari penelitian ini efek media massa (media sosial YouTube) yang terkait dalam pengaruh

cyberbullying terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di kalangan masyarakat adalah efek menumbuhkan perasaan tertentu.

Dampak media massa sangat berpengaruh tanpa mengenal usia. Sesuai apa yang dilihat dan dicerna.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau malam.

2.2.3 Cyberbullying

1. Pengertian Cyberbullying

Bullying dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau perilaku agresif yang sengaja dilakukan oleh sekelompok orang atau seorang secara berulang-ulang dan dari waktu ke waktu terhadap seorang korban yang tidak dapat mempertahankan dirinya dengan mudah atau sebuah penyalahgunaan kekuasaan/kekuatan secara sistematis. Pengertian *cyberbullying* adalah teknologi internet untuk menyakiti orang lain dengan cara sengaja dan diulang-ulang”.

Cyberbullying juga diartikan sebagai bentuk intimidasi yang pelaku lakukan untuk melecehkan korbannya melalui perangkat teknologi. Pelaku

ingin melihat seseorang terluka, ada banyak cara yang mereka untuk menyerang korban dengan pesan kejam dan gambar yang mengganggu dan disebar untuk mempermalukan korban bagi orang lain yang melihatnya (Machsun Rifauddin, Fenomena *Cyberbullying* Pada Remaja (Studi Analisis Media Sosial Facebook) 2016).

Cyberbullying adalah segala bentuk kekerasan yang dialami anak atau remaja dan dilakukan teman seusia mereka melalui dunia *cyber* atau internet. *Cyberbullying* 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. Dalam buku Patchin dan Hinduja yang berjudul *Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cyberbullying*, mengatakan bahwa *cyberbullying* secara singkat didefinisikan sebagai perbuatan yang berbahaya yang dilakukan secara berulang-ulang melalui media elektronik (Patchin, 2008:131).

Cyberbullying dianggap valid bila pelaku dan korban berusia di bawah 18 tahun dan secara hukum belum dianggap dewasa. Bila salah satu pihak yang terlibat (atau keduanya) sudah berusia di atas 18 tahun, maka kasus yang terjadi akan dikategorikan sebagai *cyber crime* atau *cyber stalking* (sering juga disebut *cyber harassment*). Kowalski, Limber, Agatston, dalam buku mereka yang berjudul *Cyberbullying: Bullying in the digital age*, mengatakan bahwa *Cyberbullying* adalah bentuk intimidasi yang terjadi melalui sarana teknologi, seperti jejaring sosial dan pesan instan, para ilmuwan berpendapat bahwa efek hampir selalu bencana (Pandori, 2013:ii).

Anak-anak atau remaja pelaku *cyberbullying* biasanya memilih untuk mengganggu anak lain yang dianggap lebih lemah, tak suka melawan dan tak bisa membela diri. Pelakunya sendiri biasanya adalah anak-anak yang ingin berkuasa atau senang mendominasi. Anak-anak ini biasanya merasa lebih hebat, berstatus sosial lebih tinggi dan lebih populer di kalangan teman-teman sebayanya. Sedangkan korbannya biasanya anak-anak atau remaja yang sering diejek dan dipermalukan karena penampilan mereka, warna kulit, keluarga mereka atau cara mereka bertingkah laku di sekolah. Namun bisa juga si korban *cyberbullying* justru adalah anak yang populer, pintar dan menonjol di sekolah sehingga membuat iri teman sebayanya yang menjadi pelaku.

Cyberbullying pada umumnya dilakukan melalui media situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan lain sebagainya. Ada kalanya dilakukan juga melalui SMS maupun pesan percakapan di layanan *Instant Messaging* seperti Yahoo Messenger atau MSN Messenger. Anak-anak yang penguasaan komputer serta internetnya lebih canggih melakukan *cyberbullying* dengan cara lain. Mereka membuat situs atau blog untuk menjelek-jelekan korban atau membuat masalah dengan orang lain dengan berpura-pura menjadi korban. Ada pula pelaku yang mencuri password akun e-mail atau situs jejaring sosial korban dan mengirim pesan-pesan mengancam atau tak senonoh menggunakan akun milik korban.

Cyberbullying lebih mudah dilakukan daripada kekerasan konvensional karena si pelaku tidak perlu berhadapan muka dengan orang lain yang

menjadi targetnya. Mereka bisa mengatakan hal-hal yang buruk dan dengan mudah mengintimidasi korbannya karena mereka berada di belakang layar komputer atau menatap layar telepon seluler tanpa harus melihat akibat yang ditimbulkan pada diri korban. Peristiwa *cyberbullying* juga tidak mudah diidentifikasi orang lain, seperti orangtua atau guru karena tidak jarang anak-anak remaja ini juga mempunyai kode-kode berupa singkatan kata atau emoticon internet yang tidak dapat dimengerti selain oleh mereka sendiri.

Harus diwaspadai bahwa kasus *cyberbullying* ini seperti gunung es. Korban sendiri lebih sering malas mengaku. Ini karena bila mereka mengaku biasanya akses mereka akan internet (maupun handphone) akan dibatasi. Korban juga terkadang malas mengaku karena sulitnya mencari pelaku *cyberbullying* atau membuktikan bahwa si pelaku benar-benar bersalah. Ini menyebabkan munculnya kondisi gunung es tadi. Tujuannya adalah untuk mengganggu, mengancam, mempermalukan, menghina, mengucilkan secara sosial atau merusak reputasi orang lain.

2. Metode *Cyberbullying*

Ada 3 macam metode *cyberbullying*, yakni :

- *Direct attacks* (pesan-pesan dikirimkan secara langsung ke anak),
- *Posted and public attacks* yang dirancang untuk mempermalukan target dengan memposting atau menyebarkan informasi atau gambar-gambar yang memalukan ke publik, dan

- *Cyberbullying by proxy* (memanfaatkan orang lain untuk membantu mengganggu korban, baik dengan sepengetahuan orang lain tersebut atau tidak).

3. Bentuk Tindakan *Cyberbullying*

Bentuk dan macam-macam tindakan *cyberbullying* sangat beragam, mulai dari mengunggah foto atau membuat postingan yang mempermalukan korban, mengolok-olok korban hingga mengakses akun jejaring sosial orang lain untuk mengancam korban dan membuat masalah seperti ancaman melalui e-mail dan membuat situs web untuk menyebar fitnah.

Motivasi pelakunya juga sangat beragam, terkadang hanya karena iseng atau sekedar main-main (bercanda), ingin mencari perhatian, ada juga karena marah, frustrasi dan ingin balas dendam.

Willard dalam jurnal Dina Satalina menyebutkan macam-macam jenis *cyberbullying* (Dina Satalina, *Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert*, 2014) sebagai berikut:

- a. *Flaming* (terbakar), yaitu mengirimkan pesan teks yang isinya merupakan kata-kata yang penuh amarah dan frontal. Istilah "*flame*" ini pun merujuk pada katakata di pesan yang berapi-api.
- b. *Harassment* (gangguan), pesan-pesan yang berisi gangguan pada e-mail, sms, maupun pesan teks di jejaring sosial dilakukan secara terus menerus.

- c. *Cyberstalking*, mengganggu dan mencemarkan nama baik seseorang secara intens sehingga membuat ketakutan besar pada orang tersebut.
- d. *Denigration* (pencemaran nama baik), yaitu proses mengumbar keburukan seseorang di internet dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang tersebut.
- e. *Impersonation* (peniruan), berpura-pura menjadi orang lain dan mengirimkan pesan-pesan atau status yang tidak baik.
- f. *Outing & Trickery*, yaitu *outing* menyebarkan rahasia orang lain, atau foto-foto pribadi orang lain, sedangkan *trickery* (tipu daya): membujuk seseorang dengan tipu daya agar mendapatkan rahasia atau foto pribadi orang tersebut.
- g. *Exclusion* (pengeluaran): yaitu secara sengaja dan kejam mengeluarkan seseorang dari grup online.

2.2.2 YouTube

YouTube adalah sebuah situs web video *sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Tidak banyak orang menyadari bahwa sebenarnya YouTube memiliki kemampuan mesin pencari yang sangat hebat, karena itu Anda dapat menemukan video apapun dengan berbagai cara yang mudah.

YouTube diluncurkan secara resmi pada Desember 2005, dan segera menjadi populer dalam waktu singkat. Akhirnya Google membelinya pada

2006 dengan nilai mencapai 1,6 juta dolar, meski saat itu YouTube belum mampu memberi keuntungan. Di sinilah hebatnya visi Google (Yudhi Herwibowo, 2008 : 96) Google sendiri menyatakan bahwa akan tetap mengembangkan YouTube sebagai brand terpisah dari Google, hal sama yang dilakukan dalam menangani Blogger. Mencari video berdasarkan kata kunci (*keyword*), berdasarkan topik, saluran dan sebagainya. Begitu Anda temukan saluran atau pembuat konten yang Anda senangi, Anda lalu bisa berlangganan saluran mereka (Andika Handayanto, 2014 : 78).

YouTube menggunakan format Adobe Flash untuk memutar video. Ini merupakan satu format standar yang didukung banyak peramban (browser), termasuk Internet Explore, Opera, Safari, Firefox dan Chrome. Video YouTube juga bisa diputar dari berbagai perangkat mobile menggunakan format ini (Jefferly Helianthusonfri, 2014:29). YouTube menerima video yang diunggah dengan sebagian besar kontainer, termasuk .AVI, .MKV, .MOV, .MP4, DivX, .FLV, dan .ogg dan .ogv. Format video seperti MPEG-4, MPEG, VOB, dan .WMV juga dapat diunggah. YouTube mendukung 3GP, sehingga video bisa diunggah dari telepon genggam. Video dengan pindai progresif atau terikat bisa diunggah, tetapi untuk kualitas video terbaik, YouTube menyarankan agar video pindai terikat di-deinterlace sebelum diunggah. Semua format video di YouTube memakai pemindaian progresif (Jefferly Helianthusonfri, 2014:35).

Adapun kekuatan atau istilah-istilah dalam media YouTube (<https://erudisi.com/mengenal-YouTube-lebih-dekat>, diakses 20 Februari 2017), yaitu:

- a. Subscribe : membantu kita untuk dengan mudah mengikuti informasi terbaru dari chanel favorit
- b. Streaming : proses mengalirkan atau mentransfer data dari server kepada host dimana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (real time)
- c. Buffering : jeda waktu yang kita rasakan pada saat kita ingin mengakses sesuatu di internet, terutama file video semisal di YouTube, dimana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar lingkaran beberapa saat sampai akhirnya file yang ingin kita akses pun berhasil keluar.
- d. VLOG (Video Blog) : Sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau YouTubers untuk membagikan diary kehidupannya dalam bentuk video yang sengaja ditayangkan kepada banyak orang secara gratis.
- e. YouTubers : Adalah Sebuah istilah yang ditujukan bagi mereka yang sering berbagi video melalui kanal YouTube. Profesi ini memang bisa mendatangkan keuntungan. YouTubers biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariannya (VLOG). Dan merupakan hobinya di waktu luang. Kalau videonya cukup ramai subscribarnya pun akan bertambah setiap harinya tapi itu tergantung dengan video yang dibuatnya.

Jutaan video diupload ke YouTube setiap harinya, jutaan penonton pun datang silih berganti mengunjungi halaman YouTube, tak bisa dipungkiri bahwa YouTube adalah tempat berbagi file video terbesar di dunia. Banyak sekali jenis video yang bisa kita dapatkan di YouTube, website ini sangat cocok untuk anda yang sedang mencari informasi, berita dan hiburan dalam bentuk video.

a. Video Music

Video ini menduduki peringkat pertama jumlah rating penonton di YouTube, jenis video hiburan ini tak lekang oleh waktu. Setiap saat pasti ada yang baru, tak jarang juga banyak artis dan penyanyi berbondong-bondong mendaftarkan royalti dan mengklaim hak cipta.

b. Video Movie / Film

YouTube telah menggiring para penonton untuk menikmati movie atau film cukup di rumah saja.

c. Video lucu atau Funny Video

Hiburan yang di sajikan terkadang sederhana, tetapi konsep untuk menghibur orang itulah yang paling penting. Orang bisa melepas kelelahan dengan melihat hal hal yang lucu, tak jarang juga bisa menyembuhkan stress walaupun hanya sesaat. Jenis video ini mempunyai jumlah rating penonton yang cukup tinggi,

d. Video Olahraga atau Sport

Jumlah penonton jenis video ini juga termasuk lumayan tinggi, banyak orang tidak sempat melihat siaran langsung olahraga karena urusan waktunya sendiri sendiri. Di wilayah Eropa dan Amerika jenis video olahraga yang menantang banyak di gemari, banyak juga para YouTuber dari sana yang berlomba lomba membuat video semacam ini.

e. Video tentang Game

Bukan lagi menjadi pembicaraan umum kalau game disukai semua kalangan, baik yang muda maupun usia menengah. Game video tentang dan strategi banyak di upload para gamers. Video ini menjadi populer dikalangan gamers lainnya.

f. Video Berita

Seperti yang sudah saya jelaskan di atas, tidak sedikit banyak orang yang mempunyai banyak waktu untuk mengikuti perkembangan berita, sebagian dari mereka hanya bisa melihat rekaman video saja. Biasanya video yang disajikan adalah video yang paling hangat, tentang politik serta kejadian kriminal. Saat ini banyak video yang melambung jumlah penontonnya tentang gejolak Timur Tengah.

g. Video Tutorial

Jenis video ini banyak digemari oleh orang-orang yang ingin belajar secara langsung, biasanya orang akan lebih jelas jika langsung melihat medianya dan langsung mempraktekan. Video jenis tutorial ini sangat banyak membantu bagi orang yang awam sekalipun. Contoh video yang

membahas cara mengedit video dan efek, photoshop, belajar gitar, tutorial membuat blog, serta banyak lagi.

h. Video Konten Dewasa

Yang satu ini juga mempunyai penggemar tersendiri, hal yang bersifat dewasa ternyata termasuk mempunyai rating penonton yang cukup lumayan. Konten semacam tari-tarian erotis dan semacamnya mejadikan jenis video ini banyak peminatnya.

i. Video Unik, Aneh, dan Menarik

Video ini juga mendapat banyak perhatian dari banyak penonton, banyak sekali yang tertarik untuk melihat jenis video ini. Banyak hal yang unik dan aneh yang terjadi di belahan dunia, tidak sedikit pula yang merekamnya secara langsung dan mengupload videonya ke YouTube.

j. Video Tentang Alam dan Wisata

Video yang mengekspos alam bagi yang menyukai berpetualang atau menjelajah, cukup banyak wisatawan asing mengenal Indonesia hanya dari melihat video saja.

2.3 Alur Pemikiran

Pada zaman ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan media sosial untuk keperluannya masing-masing. Banyak sekali manfaat dan efek dari aplikasi media sosial yang digunakan. Jenis media sosial sangat beragam, dan setiap aplikasi mempunyai fungsi yang berbeda-beda.

Remaja adalah salah satu pengguna aktif media sosial namun remaja sangat mudah terpengaruh oleh apa yang mereka lihat. Belakangan ini banyak sekali kasus-kasus yang viral salah satunya adalah kasus artis tik-tok Bowo Alpenliebe.

Kasus ini bisa menjadi besar karena semua media sosial mengangkat kasus tersebut. Di media YouTube contohnya, ada seorang youtubers yang dengan sengaja mengunggah video tentang kasus Bowo sehingga memicu masyarakat untuk berkomentar negatif. Semakin banyak youtubers yang mengangkat kasus ini maka semakin banyak pula cacian yang Bowo terima.



2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini :

Ho : Tidak terdapat Pengaruh *Cyberbullying* di Media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe pada Siswa/i SMK Negeri 13 Jakarta.

Ha : Terdapat Pengaruh *Cyberbullying* di Media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe pada Siswa-Siswi SMK Negeri 13 Jakarta.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di SMK Negeri 13 Jakarta yang beralamat di Jl. Rawa Belong II-E, Palmerah, RT.7 RW.10, Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480. Dalam penyebaran kuisioner dan melengkapi data-data yang dibutuhkan, peneliti melakukan penelitian di bulan Desember 2018 hingga Januari 2019.

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma positivistic dengan pendekatan kuantitatif, metode survei dan bersifat eksplanatif.

3.2.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistic. Dalam penelitian kuantitatif, positivistic dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Pola hubungan antara variabel yang akan diteliti tersebut selanjutnya disebut sebagai paradigma penelitian (Sugiyono, 2011:42).

Paradigma positivistic menempatkan teori sebagai titik tolak utama dalam kegiatan penelitiannya. Teori dalam penelitian paradigma positivistic menjadi sumber jawaban utama atas berbagai rasa ingin tahu dari para peneliti.

Dalam paradigma positivistic teori memberi pedoman tentang kerangka berfikir yang harus dimiliki oleh peneliti, bagaimana cara mengumpulkan data yang baik, siapa yang harus diteliti, hingga cara penafsiran data yang terkumpul dilapangan. Paradigma positivistic melihat realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab-akibat. Proses penelitian yang bersifat deduktif dimana untuk menjawab rumusan sebuah masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis (Sugiyono, 2013:11).

Paradigma peneliti ini terdiri atas satu variabel independen dan satu variabel dependen.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengukur satu atau lebih variabel penelitian. Lebih dari itu, penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengukur hubungan (korelasi, pengaruh) antara dua variabel atau lebih (Hamidi, 2010:25).

Dengan demikian variasi datanya telah ditetapkan oleh peneliti. Data penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif berupa angka atau tabel distribusi frekuensi yang diperoleh melalui angket atau kuesioner (Hamidi, 2010:125).

Dalam penelitian kali ini, penulis akan menggunakan pendekatan kuantitatif, karena penulis hendak mengukur variabel-variabel dan tingkat hubungan pengaruh antara variabel yang satu terhadap variabel yang lain, yakni pengaruh variabel.

3.2.3 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey, yaitu pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian guna memperoleh data yang obyektif dan valid dalam rangka memecahkan permasalahan yang ada. Metode pengumpulan data survey menurut Sugiyono (2009:13) bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Metode survey merupakan metode pengumpulan data primer dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Biasanya pengumpulan data atau informasi dan fakta lapangan secara langsung tersebut melalui kuesioner dan wawancara baik secara lisan maupun tertulis yang memerlukan adanya kontak secara tatap muka antara peneliti dengan respondennya. (Ruslan, 2008:22).

Metode survey adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2006:59).

3.2.4 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya (Bungin, 2014: 46). Eksplanatif berusaha mencari kejelasan mengenai bagaimana tanggapan masyarakat terhadap *cyberbullying* yang dialami oleh Bowo Alpenliebe.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah *generalisasi* yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2008:80). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas X,XI,XII jurusan seni teater SMKN 13 Jakarta. Pada populasi ini berjumlah 83 orang dari jurusan seni teater.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:81). Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas X, XI, XII jurusan Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta. Peneliti mengambil sampel sebanyak 83 orang siswa.

Untuk sampel penelitian disini peneliti menggunakan teknik Nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2001: 60).

Tipe sampling yang digunakan peneliti adalah teknik Sampling Jenuh istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono 2001: 61).

3.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau kontrak dengan cara memberikan arti, memspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variabel tersebut (Nazir, 2005:126). Berikut definisi operasional yang disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 3.1

Oprasional Variabel Oleh Peneliti

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Cyberbullying di media YouTube (VARIABEL X)	<i>Social Presence</i>	Media sosial YouTube dapat mewakili dalam berinteraksi	LIKERT
	<i>Media Richness</i>	Media sosial YouTube mengurangi ketidakjelasan, mengurangi ketidaktahuan dan menambah keyakinan akan informasi.	LIKERT

	<i>Self Presentation</i>	Media sosial mewakili kepribadian, bagian dari gaya hidup, mengekspresikan gaya hidup dan mengajak orang-orang untuk menjadi bagian dari gaya hidup.	LIKERT
	<i>Self Disclosure</i>	Mengungkapkan hal-hal yang disukai melalui media sosial dan mengungkapkan perasaan saat melihat gambar atau foto, menonton video melalui media sosial.	LIKERT
Viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe di masyarakat (VARIABEL Y)	<i>Attention</i>	Perhatian khalayak terhadap Bowo Alpenliebe.	LIKERT
	<i>Interest</i>	Khalayak khususnya remaja tertarik dan berminat untuk mengomentari video tentang Bowo Alpenliebe.	LIKERT
	<i>Desire</i>	Munculnya keinginan untuk membully Bowo Alpenliebe.	LIKERT

Dalam operasional variabel ini, setiap variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2010:93) adalah sebagai berikut : “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan. Untuk digunakan jawaban yang dipilih. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2

Skala penilaian untuk pertanyaan positif dan negatif

No.	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Cukup Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

(sumber Sugiyono, 2010:94)

3.5 Reliabilitas Dan Validitas

3.5.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Mendesain reliabilitas penelitian yang *reliabel* adalah tujuan yang ingin dicapai oleh setiap peneliti. Hal ini karena peneliti tidak ingin proses pengumpulan data

akan gagal karena peneliti memiliki reliabilitas yang buruk (Bungin, 2014;107).

Jadi uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan sebelum melakukan penelitian. Biasanya dilakukan dengan skala yang lebih kecil untuk menguji apakah instrument yang kita buat baik atau *reliabel*.

Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut :

- a. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
- b. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
- c. Jika nilai Alpha > 0,60 disebut reliable.

Rumus yang digunakan adalah :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \alpha \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

3.5.2 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat

kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2013:211).

Jadi uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang kita pakai valid, sebelum kita menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian yang sebenarnya.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- Rxy = koefisien (korelasi antara X dan Y)
- N = jumlah subyek
- X = jumlah skor item
- Y = jumlah skor total
- XY = jumlah perkalian antara skor item dengan skor total
- X² = jumlah kuadrat skor item
- Y² = jumlah kuadrat skor total

Kemudian hasil dari rxy dikonsultasikan dengan harga kritis Product Moment (r table), apabila hasil yang diperoleh rhitung > rtabel, maka

instrumen tersebut Valid.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Alat/Instrumen Pengumpulan Data

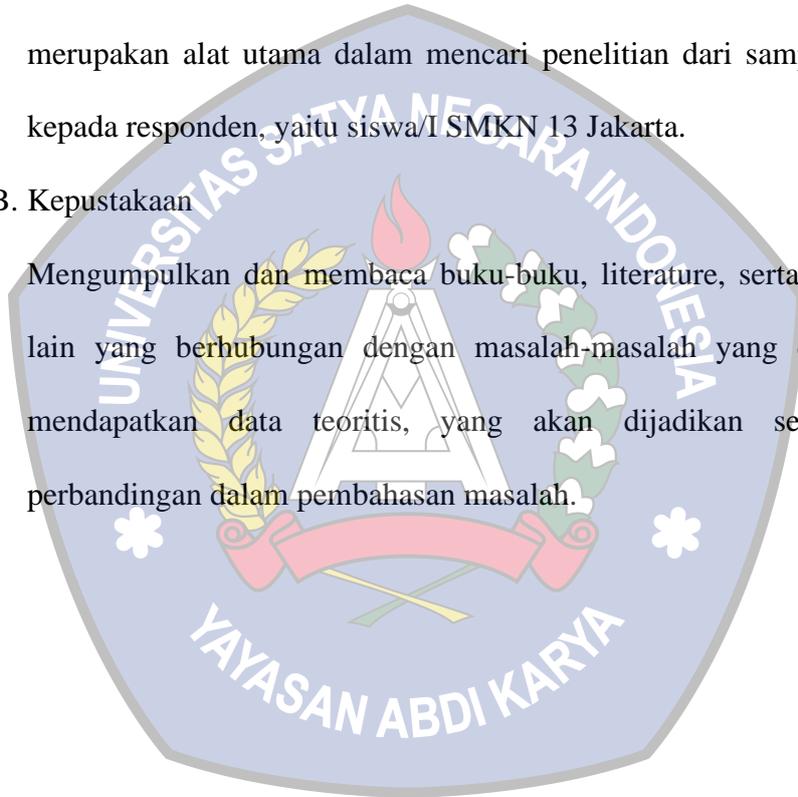
Untuk mendapatkan data sebagai informasi mengenai permasalahan yang diangkat pada saat ini, maka digunakan teknik :

A. Kuisisioner

Menggunakan dan menyebarkan pertanyaan (kuisisioner) atau angket yang merupakan alat utama dalam mencari penelitian dari sampel penelitian kepada responden, yaitu siswa/I SMKN 13 Jakarta.

B. Kepustakaan

Mengumpulkan dan membaca buku-buku, literature, serta bahan-bahan lain yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas guna mendapatkan data teoritis, yang akan dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam pembahasan masalah.



3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2006;142).

Di dalam penelitian data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar atau tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel peneliti menggunakan teknik analisis Regresi Linier Sederhana, Analisa Regresi Linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (variabel Y), nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada periode waktu sebelumnya.

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *cyberbullying* di media youtube terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe di masyarakat dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana yaitu, sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bx$$

Keterangan :

\hat{Y} = Subjek variabel terikat yang diprediksi (terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe)

X = Subjek Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (pengaruh cyberbullying di media *youtube*)

a = Bilangan konstant regresi untuk X = 0 (nilai Y pada saat X nol)

b = Koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah atau berkurang 1 unit.

3.7.2 Koefisien Determinasi

Besarnya peran variabel X terhadap variabel Y dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi atau disingkat Kd, yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono, 2008

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase.

3.7.3 Uji Simultan (F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel-variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Menentukan tingkat signifikan (α) yaitu sebesar 5% dapat dilakukan dengan berdasarkan nilai probabilitas, dengan cara :

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka variabel independen secara simultan tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan signifikan mempengaruhi variabel terikat.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.4 Gambaran Umum Subyek Penelitian

4.4.1 Sejarah Media Sosial Youtube



YouTube adalah sebuah aplikasi (situs web) berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Youtube berdiri sejak Februari 2005. Founder Youtube adalah Jawed Karim, Steven Chen, serta Chad Hurley kemudian mendirikan markas besar Youtube di San Bruno, California, Amerika Serikat. Ada berbagai macam video klip yang diunggah oleh berbagai kalangan pengguna. Mulai dari tutorial, klip music, trailer film, video edukasi, film pendek, film televisi, video blog, dan sebagainya.

Hurley dan Chen pertama kali mendapatkan ide untuk mendirikan situs ini karena mereka mengalami kesulitan untuk membagi video. Menurut cerita yang diterbitkan di media, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan.

Video pertama yang diunggah pada 23 April 2005 dan masih dapat dilihat hingga saat ini. Saat ini pengguna internet dapat dengan mudah berbagi video melalui situs YouTube dengan hanya membuat channel yang dapat diregistrasi secara gratis. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video sedangkan pengguna terdaftar dapat mengunggah video.

Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. YouTube dapat digunakan di semua jenis smartphone dengan system operasi iOS dan Android.

System sosial di dalam YouTube adalah dengan mengikuti akun (*subscribe*) pengguna lainnya, untuk mendapat video terupdate dari akun tersebut. Komunikasi antara sesama pengguna YouTube sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka, tanda tidak suka, dan juga berkomentar di video yang diunggah oleh si pemilik channel. Pengikut (*subscriber*) menjadi salah satu unsur penting namun selain *subscriber*, *viewer* juga salah satu unsur penting untuk pengguna YouTube dimana jumlah penonton mempengaruhi apakah video tersebut dapat menjadi sebuah video yang populer atau tidak.

4.4.2 Kegunaan YouTube

Kegunaan utama YouTube adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi video kepada para pengguna YouTube. Video yang ingin

diunggah dapat melalui komputer atau dari perangkat seluler. YouTube video menggunakan Rasio 16:9, alangkah baiknya video yang dibuat mengikuti salah satu ukuran yang ada di bawah ini :

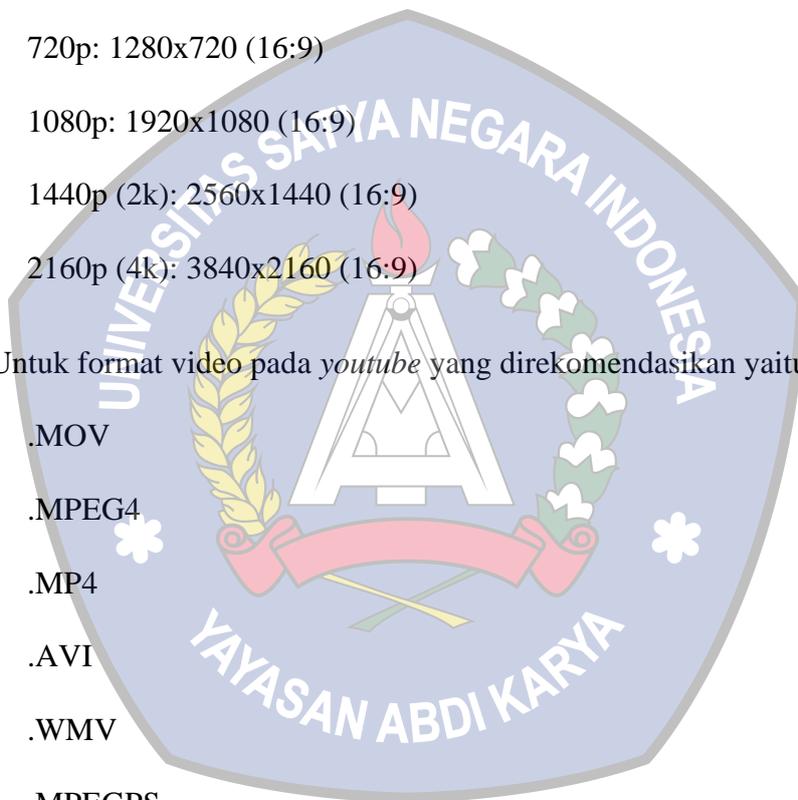
- 240p: 426x240 (16:9)
- 360p: 640x360 (16:9)
- 480p: 854x480 (16:9)
- 720p: 1280x720 (16:9)
- 1080p: 1920x1080 (16:9)
- 1440p (2k): 2560x1440 (16:9)
- 2160p (4k): 3840x2160 (16:9)

Untuk format video pada *youtube* yang direkomendasikan yaitu :

- .MOV
- .MPEG4
- .MP4
- .AVI
- .WMV
- .MPEGPS
- .FLV
- .3GPP
- .WebM

Semua format yang ada di atas bisa digunakan, hanya saja ada format video yang paling bagus dan sangat direkomendasikan adalah :

- format MP4



- Mpeg4
- Audio Codec: AAC-LC (Channels: Stereo or Stereo + 5.1 Sample rate: 96khz atau 48khz)
- Video Codec: H264
- Frame Rates: Sesuaikan degan video yang di upload tidak terlihat patah-patah

Untuk mengconvert video yang sudah jadi ke format yang di atas bisa menggunakan *Wondershare Video Converter Ultimate* atau *AVS Video Converter*. Saat video diunggah pengguna dapat mengedit informasi dasar dan setelan lanjutan untuk video tersebut, serta menentukan apakah ingin mengirimkan notifikasi kepada subscriber atau tidak (jika menghapus centang opsi ini, subscriber tidak akan mendapatkan notifikasi). Pengguna juga dapat membuat judul dengan panjang hingga 100 karakter dan deskripsi hingga 5.000 karakter.

4.1.3 Fitur Media Sosial YouTube

1. Beranda

Saat membuka YouTube di browser atau aplikasi seluler, pengguna akan diarahkan ke Beranda. Di sini pengguna akan melihat upload terbaru dari *subscription* dan video yang direkomendasikan. Rekomendasi video dipengaruhi oleh preferensi dan aktivitas pengguna di YouTube. Pengguna juga akan melihat konten populer dan YouTube Mix jika sebelumnya telah menonton berbagai video musik. Pengguna dapat menemukan feed beranda kapan saja dengan menge-tap ikon beranda.

2. Trending

Pada tab Trending, pengguna dapat menemukan konten yang sedang trending di YouTube. Pengguna juga dapat melihat berbagai video yang sedang populer saat ini. Pengguna dapat menelusuri semua video, atau memilih kategori tertentu (seperti musik, berita, atau game) untuk melihat video secara eksklusif berdasarkan subjeknya.

3. Subscription

Pada tab Subscription, pengguna hanya akan melihat video dari channel yang pengguna *subscribe*. Pengguna juga akan melihat daftar channel tersebut di bagian atas. Dengan menge-tap ilustrasi visual channel, pengguna akan diarahkan ke channel tersebut.

4. Tab Aktivitas

Notifikasi dan video yang dibagikan ditampilkan dalam tab Aktivitas.

5. Koleksi

Tab Koleksi adalah tempat histori tontonan, upload, pembelian, dan playlist berada.

6. Akun

Akun adalah tempat untuk informasi dan setelan akun pengguna. Selain itu, di sini pengguna juga dapat beralih akun. Lakukan dengan menge-tap panah di samping nama pengguna.

7. Penelusuran

Ikon lain yang akan pengguna lihat adalah ikon penelusuran. Masukkan hal yang ingin pengguna telusuri, lalu filter hasilnya menurut video, channel, atau playlist. Hasil penelusuran dapat dipengaruhi oleh preferensi dan aktivitas pengguna di YouTube.

8. Trik Ketuk Dua Kali

Pada smartphone Android atau iOS, melalui aplikasi YouTube pengguna dapat memajukan atau memundurkan video dengan mudah. Pengguna tinggal **ketuk dua kali** pada bagian kanan video untuk memajukan **durasi 10 detik** dan bagian kiri untuk memundurkan durasi.

9. Atur Kecepatan Video Sesuai Keinginan

Fitur YouTube ini awalnya tersedia untuk desktop, tapi sekarang pengguna smartphone bisa menikmatinya. Pengguna bisa **mengatur kecepatan** dengan cara menekan opsi pada ikon tiga titik di atas kanan video. Selanjutnya pilih menu *playback speed* atau kecepatan video untuk [mengatur kecepatan](#) video yang pengguna putar.

10. Tema Gelap

Buat kamu yang susah berlama-lama di depan layar komputer, YouTube menyediakan opsi **tema gelap** (*dark theme*) pada tampilan terbarunya. Caranya tinggal ketuk menu profil dan langsung aktifkan tema gelap (*dark theme*), maka otomatis tampilan YouTube bakal berubah.

11. Fitur Pratinjau Video

Untuk menggunakan fitur YouTube terbaru ini, tinggal arahkan kursor pada *thumbnail* video, maka akan memberikan pratinjau dari video

tersebut. **Fitur pratinjau** ini sangat membantu menentukan video mana yang akan kamu tonton selanjutnya loh.

12. Opsi Video Serupa

Saat menonton sebuah video, YouTube akan secara langsung memberikan **rekomendasi video** sejenis. Tidak pakai repot lagi, pengguna sekarang bisa menemukannya di bawah layar. Caranya tinggal ketuk layar dan *swipe* ke atas untuk melihat keseluruhan *thumbnail* [video](#).

13. Ngobrol Bareng di Window Chat YouTube

Siapa bilang YouTube cuma bisa nonton video saja? Lewat pembaruannya, fitur YouTube terbaru bisa juga digunakan buat **mengobrol bareng teman-teman**. Pengguna bisa membagikan video lewat **window chat**. Caranya tinggal ketuk ikon panah pada layar, pilih teman dan tulis pesan. Pengguna bisa juga menonton video sambil [chatting](#) loh.

14. Shortcut Keyboard di YouTube Desktop

Saat menonton video YouTube, pengguna tidak perlu repot memindahkan kursor dan memilih menu yang diinginkan. Berikut beberapa shortcut keyboard yang bisa pengguna gunakan:

- Keyboard numerik dapat membantu proses video yang sedang pengguna putar. Contohnya: tekan **** 3 **** untuk membawa Anda ke 30% durasi video, **** 7 **** akan membawa Anda langsung ke 60% video, dan **** 0 **** untuk memutar ulang video.
- **** K **** untuk berhenti sejenak dan memulai kembali video.

- ** J ** untuk memundurkan durasi video 10 detik.
- ** L ** untuk memajukan durasi video 10 detik.
- ** M ** untuk menonaktifkan atau mengaktifkan kembali suara video.

4.1.4 Bowo Alpenliebe

Beberapa bulan lalu nama “Bowo Alpenliebe” begitu populer di pengguna media sosial, anak laki-laki ini terkenal karena kegantengannya sehingga membuat para wanita terutama remaja putri terbius akan pesona Bowo Alpenliebe.

Anak laki-laki berusia 13 tahun ini bernama lengkap Prabowo Mondardo yang lahir pada 17 maret 2005 lalu. Saat ini, anak laki-laki yang sedang duduk di bangku sekolah menengah pertama kelas VIII itu, diketahui menjadi seleb dadakan berkat aplikasi yang sedang booming saat ini yaitu *Tik-Tok*.

Bowo menjadi idola baru bagi remaja seusianya, terutama oleh para *abg* dan remaja putri. Berkat kepiawaiaanya dalam berekspresi di depan kamera aplikasi *Tik-Tok*, kini Bowo Alpenliebe telah memiliki 700an ribu peggemar dan jutaan *like* pada semua unggahan videonya yang ia unggah melalui akun *Tik-Tok* @probowo118.

Namun, kontroversi juga turut menyertai kepopuleran Bowo Alpenliebe. Merasa telah menjadi artis dan terkenal, Bowo Alpenliebe pun

memanfaatkan momentum tersebut untuk meraih pundi-pundi Rupiah dengan bermodalkan ketenarannya. Bowo Alpenliebe mengadakan *Meet and Great* berbayar dengan harga tiket sebesar Rp 80.000,-. Aksi dan idenya yang dinilai sebagian kalangan tersebut tak wajar, sontak menuai beragam reaksi di kalangan netizen tanah air.

Hal tersebut karena, efek viral dari anak laki-laki ini membuat sebagian anak seusianya memaksa para orang tua untuk memberikan mereka uang jajan lebih demi bisa membeli tiket untuk melihat dan bertemu Bowo Alpenliebe secara langsung.

Tak berhenti sampai disitu, ketika acara *Meet and Great* berbayar tersebut banyak para fans Bowo Alpenliebe yang kecewa setelah melihat wajah asli anak laki-laki tersebut. Ternyata “ketampanan” Bowo Alpenliebe tak seperti yang terlihat ketika sedang bermain Tik-Tok. Dalam aplikasi Tik-Tok Bowo Alpenliebe digambarkan memiliki perawakan yang tampan, putih dan rupawan, namun ketika bertemu secara langsung Bowo Alpenliebe justru di cemooh beberapa fansnya karena memiliki wajah yang berbeda dengan yang ada video dan berkulit hitam, tak seperti ketika sedang bermain Tik-Tok.

Karena wajah yang tidak sesuai dengan kenyataannya mulai dari situlah Bowo menerima *cyberbullying* yang bertubi-tubi dari netizen (pengguna internet). Pelaku *cyberbullying* bukan hanya dari anak seusia Bowo, orang dewasa pun ikut melakukan hal tersebut.

Efek dari *cyberbullying* yang diterima Bowo, kabarnya Bowo pun sampai tidak mau keluar rumah bahkan ke sekolah. Bowo harus *home schooling* untuk melanjutkan sekolahnya. Efeknya bukan hanya dirasakan oleh Bowo tetapi keluarga Bowo juga ikut merasakan imbas dari *cyberbullying* ini.

4.1.5 SMK NEGERI 13 JAKARTA

SMK Negeri 13 Jakarta adalah sekolah menengah kejuruan, pada waktu pertama berdirinya SMKN 13 Jakarta bernama SMEA NEGERI 17. SMKN 13 Jakarta memiliki 5 kejuruan, yaitu Akuntansi, Administrasi Perkantoran, Pemasaran, Usaha Perjalanan Wisata, dan Seni Teater.

SMKN 13 Jakarta banyak memperoleh prestasi. SMKN 13 Jakarta beralamat di Jl. Sandang II E Rawa Belong Jakarta Barat.

4.2 Hasil Penelitian

Data hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden sebanyak 83 dari siswa siswi SMK Negeri 13 Jakarta Jurusan Seni Teater mengenai Pengaruh *Cyberbullying* Di Media YouTube Terhadap Viral Artis TikTok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat. Hasil analisis data yang dihasilkan dengan tabel frekuensi yang telah diolah menggunakan SPSS 25 terlebih dahulu dan kemudian dideskripsikan.

4.2.1 Deskripsi Data

Deskripsi data Pengaruh *Cyberbullying* Di Media YouTube (X)

Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat (Y)

Deskripsi data pengaruh *cyberbullying* di media YouTube didapat dari penyebaran kuesioner yang terdiri dari 30 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Deskripsi Data

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X.1	83	4	5	4.63	.487
X.2	83	4	5	4.52	.503
X.3	83	3	5	4.12	.755
X.4	83	3	5	4.22	.750
X.5	83	3	5	4.40	.583
X.6	83	3	5	4.11	.716
X.7	83	4	5	4.47	.502
X.8	83	3	5	3.92	.752
X.9	83	3	5	4.40	.624
X.10	83	3	5	4.23	.770
X.11	83	3	5	3.93	.777
X.12	83	3	5	4.36	.725

X.13	83	3	5	4.35	.652
X.14	83	4	5	4.55	.500
X.15	83	3	5	3.86	.783
Total_X	83	57	70	64.05	2.745
Y.1	83	3	5	4.27	.700
Y.2	83	3	5	3.90	.674
Y.3	83	3	5	4.33	.751
Y.4	83	3	5	4.13	.729
Y.5	83	3	5	4.52	.612
Y.6	83	3	5	4.07	.777
Y.7	83	3	5	3.96	.788
Y.8	83	1	3	1.59	.606
Y.9	83	2	5	3.12	.980
Y.10	83	1	2	1.40	.492
Y.11	83	1	2	1.51	.503
Y.12	83	1	3	2.28	.801
Y.13	83	1	2	1.48	.503
Y.14	83	1	3	1.77	.721
Y.15	83	1	5	2.84	1.339
Total_Y	83	37	52	45.17	3.123
Valid N (listwise)	83				

4.2.2 Pengaruh *Cyberbullying* Di Media *YouTube* (X)

Tabel 4.2 “Saya pengguna media sosial *YouTube*”(X.1)

n = 83

X.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	31	37.3	37.3	37.3
	SS	52	62.7	62.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan *YouTube* menyatakan sangat setuju bahwa mereka adalah pengguna *YouTube*. Hal ini dibuktikan dengan 52 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.3 “*YouTube* adalah salah satu media sosial yang banyak melakukan *cyberbullying*”(X.2)

n = 83

X.2					
-----	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	40	48.2	48.2	48.2
	SS	43	51.8	51.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa YouTube adalah media sosial yang banyak menyebarkan cyberbullying. Hal ini dibuktikan dengan 43 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.4 “Saya termasuk pengguna aktif media sosial YouTube.”(X.3)

X.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	19	22.9	22.9	22.9
	S	35	42.2	42.2	65.1
	SS	29	34.9	34.9	100.0

	Total	83	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa mereka adalah pengguna aktif media sosial YouTube. Hal ini dibuktikan dengan 35 orang atau 65.1% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.5 “Cyberbullying tidak memandang status sosial”(X.4)

n = 83

		X.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	19.3	19.3	19.3
	S	33	39.8	39.8	59.0
	SS	34	41.0	41.0	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying tidak memandang status sosial. Hal ini dibuktikan dengan 34 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

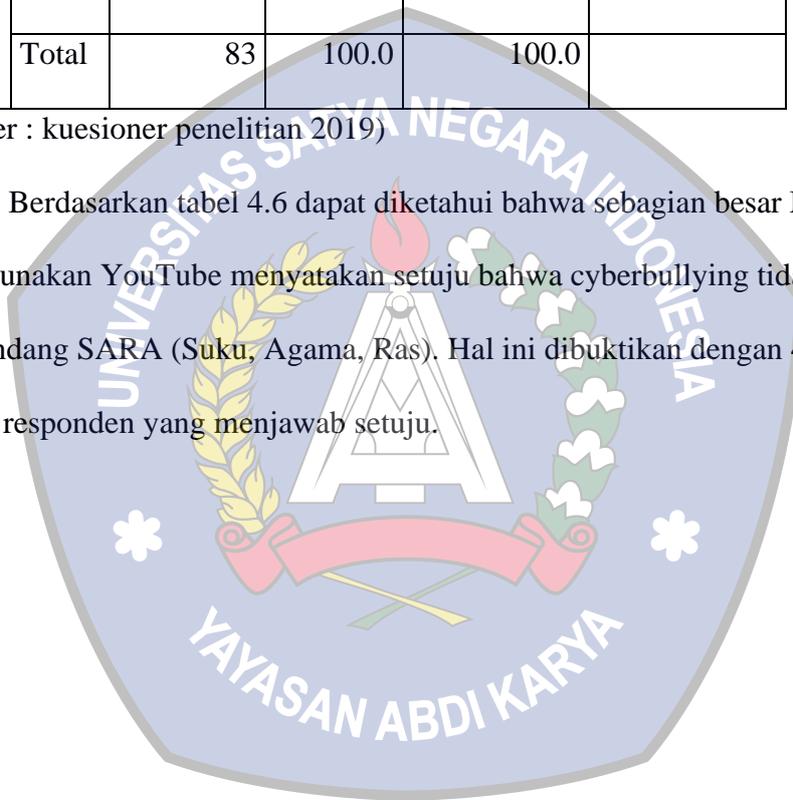
Tabel 4.6 “Cyberbullying tidak memandang SARA (Suku, Agama, Ras)”(X.5)

n = 83

X.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	4	4.8	4.8	4.8
	S	42	50.6	50.6	55.4
	SS	37	44.6	44.6	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying tidak memandang SARA (Suku, Agama, Ras). Hal ini dibuktikan dengan 42 orang atau 55.4% responden yang menjawab setuju.



Tabel 4.7 “Cyberbullying terjadi tanpa memandang usia”(X.6)

n = 83

X.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.5	20.5	20.5
	S	40	48.2	48.2	68.7
	SS	26	31.3	31.3	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying tanpa memandang usia. Hal ini dibuktikan dengan 40 orang atau 68.7% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.8 “ Pelaku cyberbullying lebih kuat dan lebih mahir secara verbal”(X.7)

n = 83

X.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	44	53.0	53.0	53.0
	SS	39	47.0	47.0	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa pelaku cyberbullying lebih kuat dan lebih mahir secara verbal. Hal ini dibuktikan dengan 44 orang atau 53.0% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.9 “Cyberbullying adalah fenomena suatu gaya hidup”(X.8)

n = 83

		X.8		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	CS	27	32.5	32.5	32.5
	S	36	43.4	43.4	75.9
	SS	20	24.1	24.1	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying adalah suatu gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan 36 orang atau 75.9% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.10 “Cyberbullying dilakukan karena pandangan kualitas diri sang korban”(X.9)

n = 83

X.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	6	7.2	7.2	7.2
	S	38	45.8	45.8	53.0
	SS	39	47.0	47.0	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying dilakukan karena pandangan kualitas diri sang korban. Hal ini dibuktikan dengan 39 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.11 “Cyberbullying merupakan pembunuhan karakter”(X.10)

n = 83

X.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.5	20.5	20.5
	S	30	36.1	36.1	56.6
	SS	36	43.4	43.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying adalah

tindakan pembunuhan karakter. Hal ini dibuktikan dengan 36 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.12 “Cyberbullying bertujuan untuk merusak nama baik”(X.11)

n = 83

X.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	28	33.7	33.7	33.7
	S	33	39.8	39.8	73.5
	SS	22	26.5	26.5	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying bertujuan untuk merusak nama baik. Hal ini dibuktikan dengan 33 orang atau 73.5% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.13 “Cyberbullying merupakan unsur kesengajaan bagi sang pelaku”(X.12)

n = 83

X.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.5	14.5	14.5

S	29	34.9	34.9	49.4
SS	42	50.6	50.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying merupakan unsur kesengajaan bagi sang pelaku. Hal ini dibuktikan dengan 42 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.



Tabel 4.14 “Cyberbullying dilakukan secara berulang kali”(X.13)

n = 83

X.13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	8	9.6	9.6	9.6
	S	38	45.8	45.8	55.4
	SS	37	44.6	44.6	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying dilakukan berulang kali. Hal ini dibuktikan dengan 38 orang atau 55.4% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.15 “Cyberbullying sebagai sarana meluapkan segala emosi”(X.14)

n = 83

X.14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	37	44.6	44.6	44.6
	SS	46	55.4	55.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa tindakan cyberbullying adalah sarana untuk meluapkan segala emosi. Hal ini dibuktikan dengan 46 orang atau 79.5% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.16 “Cyberbullying secara berkelanjutan membuat korban merasa tidak tenang dan berdampak pada rasa takut di dunia nyata”(X.15)

X.15 **n = 83**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	32	38.6	38.6	38.6
	S	31	37.3	37.3	75.9
	SS	20	24.1	24.1	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan cukup setuju bahwa cyberbullying membuat korban tidak tenang dan memiliki rasa takut di dunia nyata. Hal ini dibuktikan dengan 32 orang atau 38.6% responden yang menjawab cukup setuju.

4.2.3 Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe Di Masyarakat (Y)

Tabel 4.17 “Bowo Alpenliebe merupakan salah satu korban cyberbullying di media youtube”(Y.1)

n = 83

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	12	14.5	14.5	14.5
	S	37	44.6	44.6	59.0
	SS	34	41.0	41.0	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa Bowo Alpenliebe merupakan salah satu korba *cyberbullying* di media youtube. Hal ini dibuktikan dengan 37 orang atau 59.0% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.18 “Cyberbullying menimbulkan kepedihan secara emosional

bagi Bowo Alpenliebe”(Y.2)

n = 83

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	23	27.7	27.7	27.7
	S	45	54.2	54.2	81.9
	SS	15	18.1	18.1	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying menimbulkan kepedihan secara emosional terhadap Bowo Alpenliebe. Hal ini dibuktikan dengan 45 orang atau 81.9% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.19 “Cyberbullying adalah kekerasan sistematis yang digunakan untuk mengintimidasi Bowo Alpenliebe”(Y.3)

n = 83

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	14	16.9	16.9	16.9
	S	28	33.7	33.7	50.6
	SS	41	49.4	49.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying adalah kekerasan sistematis yang digunakan untuk mengintimidasi korban. Hal ini dibuktikan dengan 41 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.20 “Cyberbullying dilakukan untuk menciptakan rasa takut pada Bowo Alpenliebe”(Y.4)

n = 83

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	17	20.5	20.5	20.5
	S	38	45.8	45.8	66.3

	SS	28	33.7	33.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying dilakukan untuk menciptakan rasa takut terhadap Bowo Alpenliebe. Hal ini dibuktikan dengan 38 orang atau 66.3% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.21 “Cyberbullying dilakukan di media sosial selain YouTube bahkan di kehidupan nyata”(Y.5)

n = 83

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	5	6.0	6.0	6.0
	S	30	36.1	36.1	42.2
	SS	48	57.8	57.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat setuju bahwa cyberbullying dilakukan pada media sosial lain selain YouTube dan di kehidupan nyata. Hal ini dibuktikan dengan 48 orang atau 100.0% responden yang menjawab sangat setuju.

Tabel 4.22 “Cyberbullying memiliki tujuan untuk menyerang dan menyakiti

Bowo Alpenliebe”(Y.6)

n = 83

Y.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	26.5	26.5	26.5
	S	33	39.8	39.8	66.3
	SS	28	33.7	33.7	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju bahwa cyberbullying memiliki tujuan untuk menyerang dan menyakiti korban. Hal ini dibuktikan dengan 33 orang atau 66.3% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.23 “Remaja adalah salah satu pelaku *cyberbullying* terhadap Bowo Alpenliebe di media sosial YouTube”(Y.7)

n = 83

Y.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	27	32.5	32.5	32.5
	S	32	38.6	38.6	71.1
	SS	24	28.9	28.9	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan setuju jika Bowo Alpenliebe tidak melakukan perlawanan saat menerima perlakuan *cyberbullying*. Hal ini dibuktikan dengan 32 orang atau 71.1% responden yang menjawab setuju.

Tabel 4.24 “Saya termasuk orang yang melakukan *cyberbullying* terhadap Bowo Alpenliebe di media Youtube”(Y.8)

n = 83

Y.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	39	47.0	47.0	47.0
	TS	39	47.0	47.0	94.0
	CS	5	6.0	6.0	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan tidak setuju jika responden termasuk orang yang melakukan *cyberbullying* terhadap Bowo Alpenliebe. Hal ini dibuktikan dengan 39 orang atau 94.0% responden yang menjawab tidak setuju.

Tabel 4.25 “Tidak menghiraukan perlakuan di akun media sosial YouTube yang mengarah pada *cyberbullying*”(Y.9)

n = 83

Y.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	26	31.3	31.3	31.3
	CS	30	36.1	36.1	67.5
	S	18	21.7	21.7	89.2
	SS	9	10.8	10.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan cukup setuju jika korban tidak menghiraukan perlakuan cyberbullying di media sosial. Hal ini dibuktikan dengan 30 orang atau 67.5% responden yang menjawab cukup setuju.

Tabel 4.26 “Menurut Anda, setujukah jika Bowo Alpenliebe di *bully* dengan alasan “wajahnya tidak sesuai dengan yang di akun tik-tok””(Y.10)

n = 83

Y.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	50	60.2	60.2	60.2
	TS	33	39.8	39.8	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.26 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat tidak setuju jika korban di *bully* dengan alasan “wajahnya tidak sesuai dengan yang di akun tik-tok. Hal ini dibuktikan dengan 50 orang atau 60.2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.27 “Menurut Anda, apakah anak seusia Bowo Alpenliebe pantas menerima perlakuan *bullying*”(Y.11)

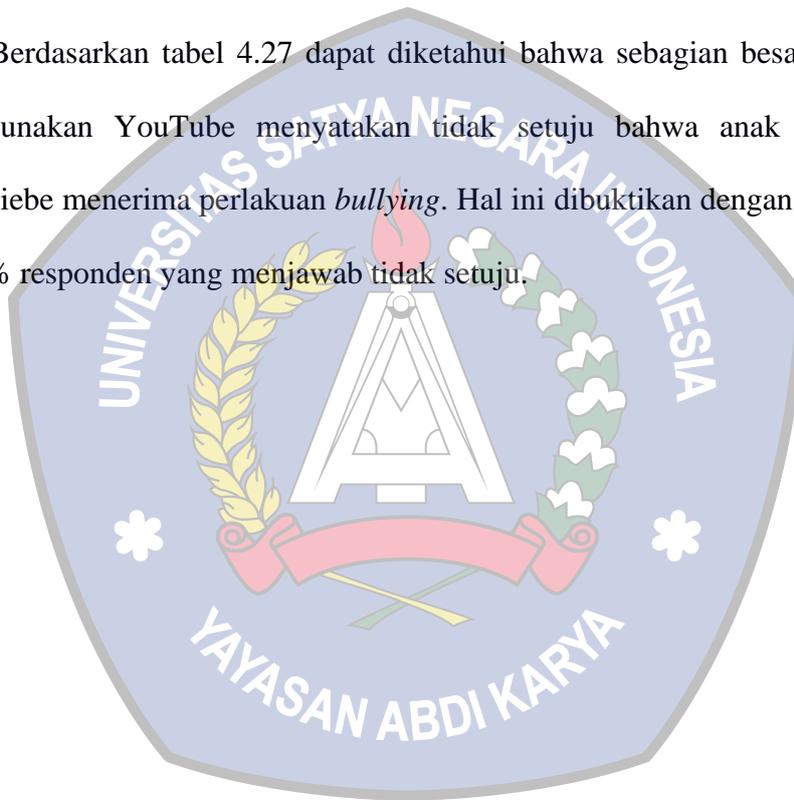
n = 83

Y.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	41	49.4	49.4	49.4
	TS	42	50.6	50.6	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.27 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan tidak setuju bahwa anak usia Bowo Alpenliebe menerima perlakuan *bullying*. Hal ini dibuktikan dengan 42 orang atau 100.0% responden yang menjawab tidak setuju.



Tabel 4.28 “Saya pernah melakukan *cyberbullying* di media sosial

YouTube”(Y.12)

n = 83

Y.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	18	21.7	21.7	21.7
	TS	24	28.9	28.9	50.6
	CS	41	49.4	49.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan cukup setuju jika responden pernah melakukan *cyberbullying* di media youtube. Hal ini dibuktikan dengan 41 orang atau 100.0% responden yang menjawab cukup setuju.

Tabel 4.29 “Setujukah Anda jika Bowo Alpenliebe dijadikan konten Youtube oleh para Youtuber”(Y.13)

n = 83

Y.13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	43	51.8	51.8	51.8
	TS	40	48.2	48.2	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.29 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan sangat tidak setuju jika Bowo Alpenliebe dijadikan konten Youtube oleh para Youtuber. Hal ini dibuktikan dengan 43 orang atau 51.8% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.30 “Setelah melakukan *bullying* apa ada kepuasan didalam diri

Anda”(Y.14)

n = 83

Y.14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	33	39.8	39.8	39.8
	TS	36	43.4	43.4	83.1
	CS	14	16.9	16.9	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan tidak setuju jika ada rasa puas setelah melakukan *cyberbullying*. Hal ini dibuktikan dengan 36 orang atau 83.1% responden yang menjawab tidak setuju.

Tabel 4.31 “Menanggapi *cyberbullying* dengan tenang, tidak meledak-

ledak”(Y.15)

n = 83

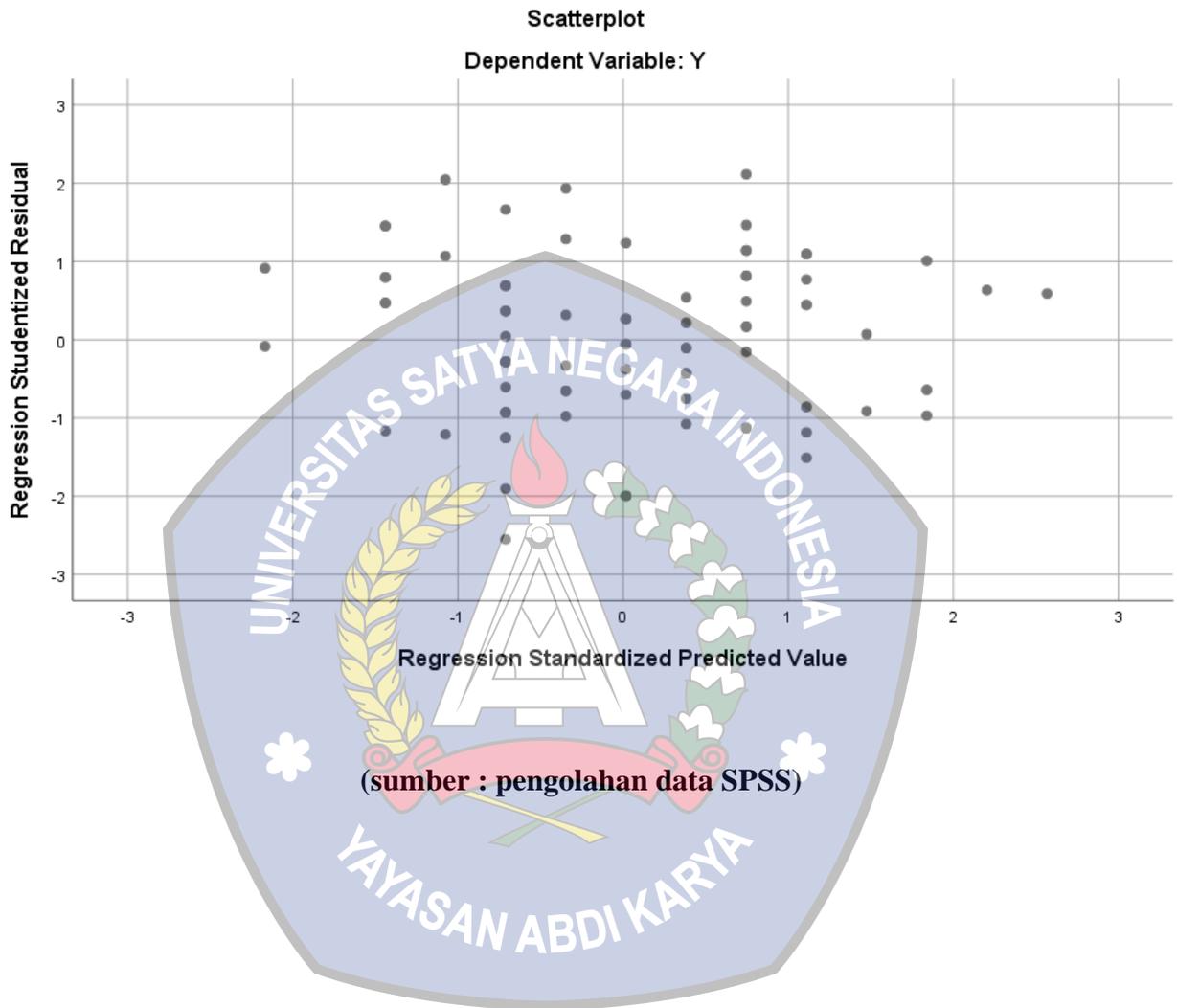
Y.15					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	18	21.7	21.7	21.7
	TS	16	19.3	19.3	41.0
	CS	21	25.3	25.3	66.3
	S	17	20.5	20.5	86.7
	SS	11	13.3	13.3	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

(sumber : kuesioner penelitian 2019)

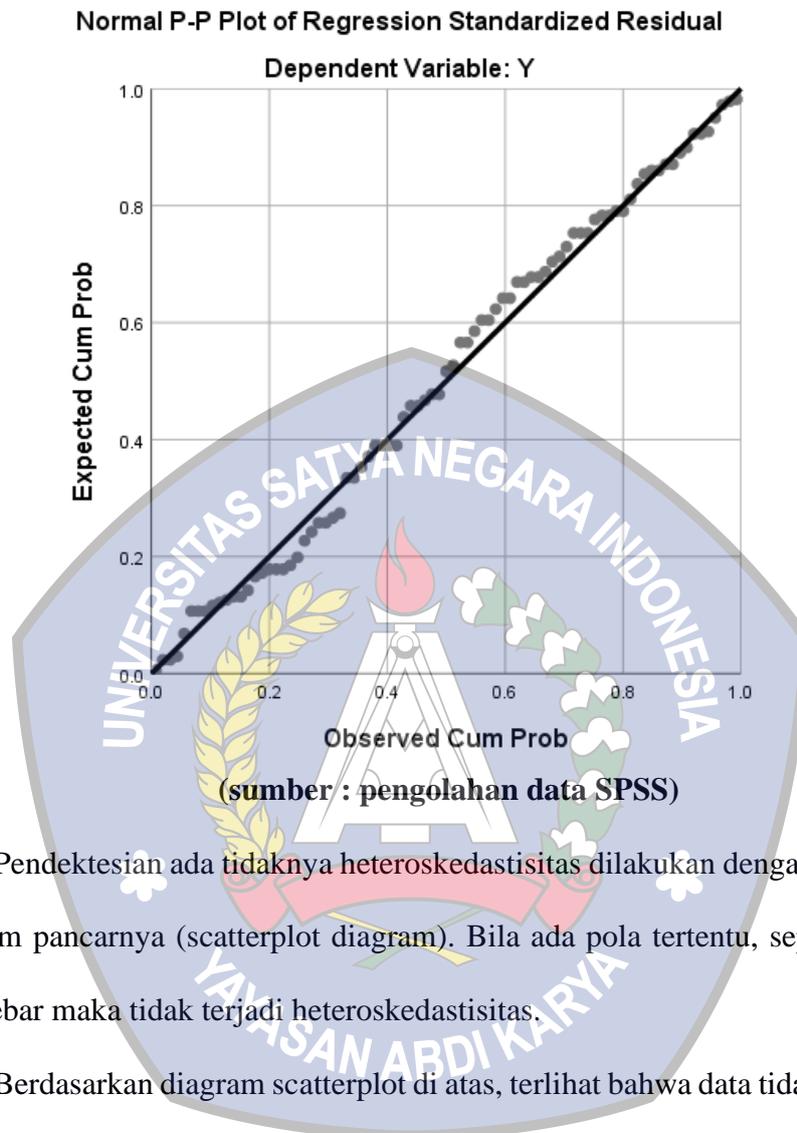
Berdasarkan tabel 4.31 dapat diketahui bahwa sebagian besar Murid yang menggunakan YouTube menyatakan cukup setuju bahwa menanggapi *cyberbullying* harus dihadapi dengan tenang. Hal ini dibuktikan dengan 21 orang atau 66.3% responden yang menjawab cukup setuju.

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2



Gambar 4.3



Pendetesian ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat diagram pancarnya (scatterplot diagram). Bila ada pola tertentu, seperti titik-titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan diagram scatterplot di atas, terlihat bahwa data tidak membentuk suatu pola tertentu (berpencar tidak teratur). Hal ini berarti model penelitian terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Media sosial memiliki pengaruh bagi para penggunanya, banyaknya media sosial yang bisa digunakan menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang canggih pada saat ini. Banyak hasil karya yang dihasilkan dari media sosial, namun banyak pula pengaruh positif dan negatif yang dihasilkan dari media sosial.

Pengguna media sosial tidak ada batasan usia, akan tetapi kebanyakan pengguna media sosial adalah remaja yang dapat berpengaruh dengan apa yang mereka lihat di media sosial, dan mereka cenderung melakukan hal yang sama.

YouTube adalah media sosial yang sedang disenangi oleh masyarakat. YouTube banyak digunakan untuk berbagi video yang bertujuan mendapatkan respon suka dan komentar dari orang yang melihat, dan bisa membuat orang berlomba-lomba untuk mendapatkan *viewers* dan *subscriber* yang banyak, oleh karena itu banyak pengguna YouTube yang melakukan sesuatu yang menarik pada akun YouTube nya agar dilihat banyak orang.

Penulis menemukan hasil penelitian yang penulis lakukan kepada responden Murid di SMKN 13 Jakarta, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak responden yang menggunakan media sosial Youtube, hal ini terbukti dari 52 responden dengan presentase 100.0% yang menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
2. Kebanyakan responden sangat setuju jika *cyberbullying* tidak memandang status sosial, hal ini terbukti dari 34 responden dengan presentase 100.0% yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan tersebut.

3. Rata-rata responden setuju bahwa *cyberbullying* tidak memandang SARA (Suku, Agama, Ras), hal ini dibuktikan dari 42 responden dengan presentasi 55.4% yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan itu.
4. Responden sangat setuju bahwa remaja adalah pelaku *cyberbullying* terhadap Bowo Alpenliebe, hal ini dibuktikan dari 32 responden dengan presentasi 71.1% yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan itu.
5. Responden cukup setuju bahwa mereka pernah melakukan *cyberbullying* di media YouTube, hal ini dibuktikan dari 41 responden dengan presentasi 100.0% yang menyatakan cukup setuju pada pernyataan itu.

Dengan penyebaran kuesioner ke responden dan dari hasil jawaban mereka yang telah diolah dengan SPSS, penulis menemukan tidak adanya pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe di masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier $Y = 54.984 + -0.153X$, dari hasil tersebut dapat dinyatakan tidak adanya pengaruh antara Variabel X terhadap Variabel Y.

BAB V
PENUTUP

Dalam penelitian ini, penulis menguraikan kesimpulan serta memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian penulis mengenai pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis tik-tok Bowo Alpenliebe di masyarakat pada Murid SMKN 13 Jakarta.

5.3 Kesimpulan

Penelitian kali ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di masyarakat (Survey pada siswa kelas X, XI, XII SMK Negeri 13 Jakarta barat).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan yang terakhir interpretasi hasil analisis mengenai pengaruh *cyberbullying* di media YouTube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di masyarakat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Tabel 5.1

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	54.984	8.030		6.847	.000
	X	-.153	.125	-.135	-1.223	.225

a. Dependent Variable: Y

(sumber : pengolahan data SPSS)

Dari data coefficients diatas dapat disimpulkan :

- Berdasarkan nilai signifikansi : Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0.225 > 0.05$ dan nilai t hitung $-1.223 < 1.993$, sehingga dapat disimpulkan bahwa X ditolak yang berarti tidak dapat pengaruh terhadap Y.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran untuk sebagai berikut:

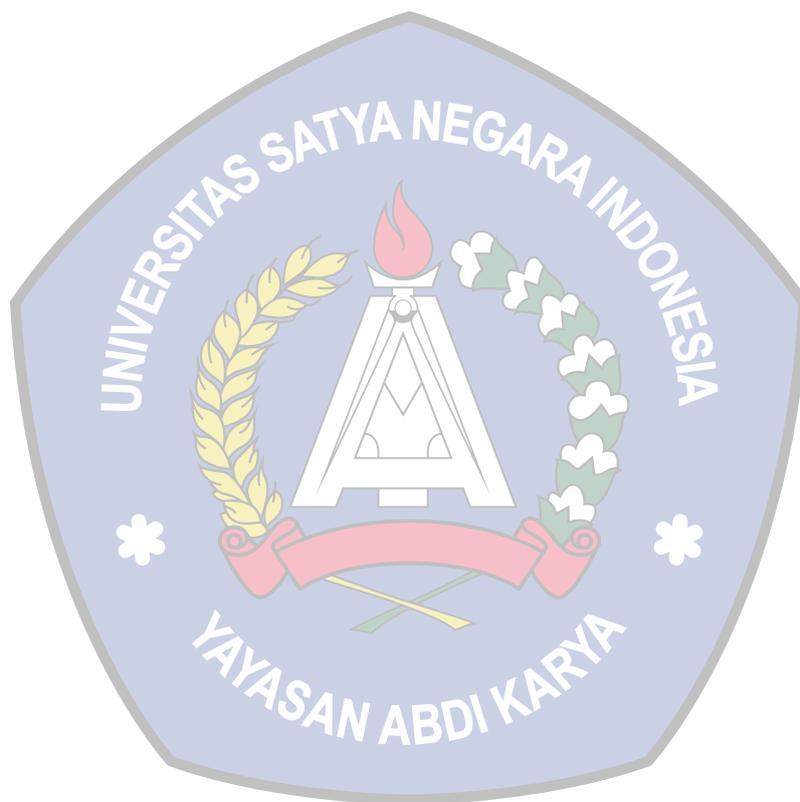
1. Penulis memberikan saran kepada pihak YouTube agar dapat *membanned* akun yang melakukan *cyberbullying*.
2. YouTube juga dapat membatasi pengguna dibawah umur, agar anak-anak terhindar dari hal-hal menyimpang yang mereka lihat.
3. Untuk pihak YouTuber penulis menyarankan agar lebih memikirkan lagi jika ingin mengunggah video, karena pengguna YouTube kebanyakan anak dibawah umur, remaja-remaja yang umumnya masih mencari jati diri.

Saran dalam Kaitan Akademis :

1. Diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa-mahasiswa lain yang juga ingin meneliti sesuai dengan ilmu komunikasi.
2. Bagi mahasiswa lain yang ingin meneliti pengaruh media sosial sebaiknya menggunakan metode lain dalam pembagian variabel yang ingin diteliti agar terjadi keragaman dan dapat sama-sama melihat perbedaannya.

Saran dalam Kaitan Praktis :

1. Penulis menyarankan kepada orangtua agar lebih memperhatikan apa yang dilakukan anak-anaknya, memantau setiap aktifitas anak-anaknya, serta memberi tahu mana yang baik dan mana yang tidak baik untuk diikuti.
2. Untuk para remaja Indonesia jangan mudah terpengaruh dengan apa yang kalian lihat karena apa yang kalian lihat baik belum tentu baik, jadi kalian harus lebih berfikir dewasa dan selektif memilih teman dalam bergaul.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Agus, Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiarawacana

Bungin, Prof. Dr.H.M Burhan. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenada Media Group.

Hamidi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.

Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nazir, Moh. 2005. *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung.

CV Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Lain:

<https://erudisi.com>

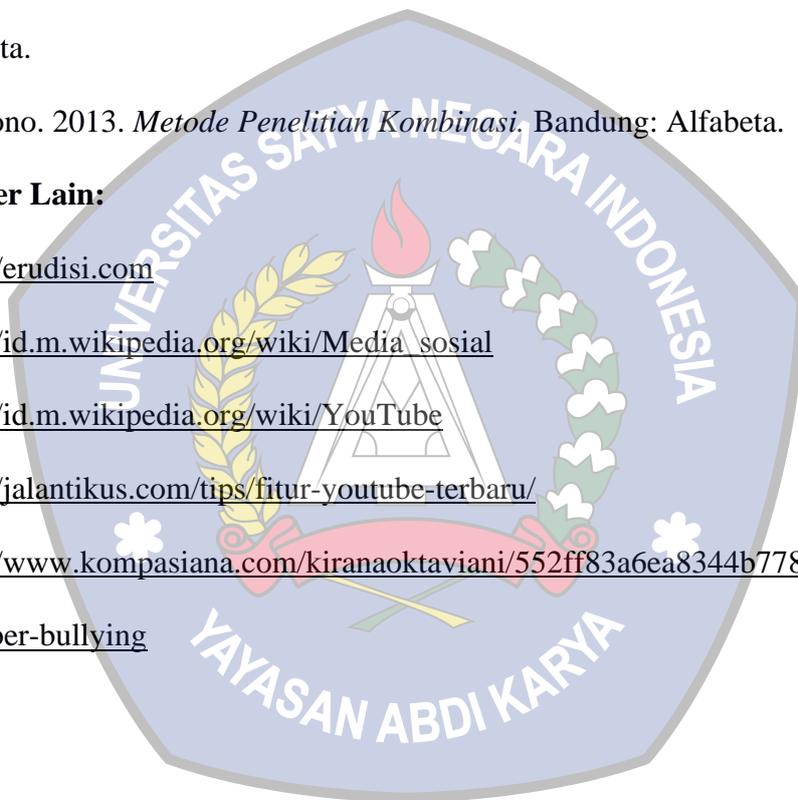
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/YouTube>

<https://jalantikus.com/tips/fitur-youtube-terbaru/>

[https://www.kompasiana.com/kiranaoktaviani/552ff83a6ea8344b778b45d4/apa-](https://www.kompasiana.com/kiranaoktaviani/552ff83a6ea8344b778b45d4/apa-itu-cyber-bullying)

[itu-cyber-bullying](https://www.kompasiana.com/kiranaoktaviani/552ff83a6ea8344b778b45d4/apa-itu-cyber-bullying)



CURRICULUM VITAE



LISTIANI

PROFILE

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 18 April 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pulo Mawar Rt. 08/Rw. 04
No. 14 Kemandoran I, Jak-Sel
Agama : Islam
Status : Belum Menikah

EDUCATION

Pendidikan Formal :

- SDN Grogol Utara 17 Pagi 2005/2006
- SMPN 185 Jakarta 2008/2009
- SMKN 13 Jakarta 2011/2012

EXPERIENCE

- Sales Asisstant di PT. Mitra AdiPerkasa tbk,
- Staff Finance di PT. Fiory Belladona
- Sales Asisstant di PT. Trans Fashion Indonesia
- Sales Asisstant di PT. Pundee Associates

TRAINING/INTERNSHIP :

- Manggala Wanabhakti (Departemen Kehutanan)
- Jurnalis di Beritabuana.co

Contact



+6287775553970



lislistiani18@gmail.com

KUESIONER

A. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya.
2. Jawaban yang anda berikan hanya akan digunakan sebagai data penelitian.
3. Dalam angket tersedia jawaban alternatif dengan ketentuan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

4. Berilah tanda (X) pada alternatif jawaban yang sudah tersedia dan sesuai dengan keadaan sesungguhnya.
5. Untuk kesediaan anda mengisi angket ini, peneliti sampaikan terima kasih.
6. Selamat bekerja.

B. Identitas Siswa

1. Nama :
2. Kelas :
3. Kejuruan :

Variabel	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
Pengaruh <i>Cyberbullying</i> di Media YouTube	1 Saya pengguna media sosial YouTube					
	2 YouTube adalah salah satu media sosial yang banyak melakukan <i>cyberbullying</i>					

(X)	3	Saya termasuk pengguna aktif media sosial YouTube.						
	4	<i>Cyberbullying</i> tidak memandang status sosial.						
	5	<i>Cyberbullying</i> tidak memandang SARA (Suku, Agama, Ras).						
	6	<i>Cyberbullying</i> terjadi tanpa memandang usia.						
	7	Pelaku <i>cyberbullying</i> lebih kuat dan lebih mahir secara verbal.						
	8	<i>Cyberbullying</i> adalah fenomena suatu gaya hidup.						
	9	<i>Cyberbullying</i> dilakukan karena pandangan kualitas diri sang korban.						
	10	<i>Cyberbullying</i> merupakan pembunuhan karakter.						
	11	<i>Cyberbullying</i> bertujuan untuk merusak nama baik.						
	12	<i>Cyberbullying</i> merupakan unsur kesengajaan bagi sang pelaku.						
	13	<i>Cyberbullying</i> dilakukan secara berulang kali.						
	14	<i>Cyberbullying</i> sebagai sarana meluapkan segala emosi.						
	15	<i>Cyberbullying</i> secara berkelanjutan membuat korban merasa tidak tenang dan berdampak pada rasa takut di dunia nyata.						
	Terhadap Viral Artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe di Masyarakat	1	Bowo Alpenliebe merupakan salah satu korban <i>cyberbullying</i> di media youtube.					
		2	<i>Cyberbullying</i> menimbulkan kepedihan secara emosional bagi Bowo Alpenliebe.					
	3	<i>Cyberbullying</i> adalah kekerasan sistematis yang digunakan untuk mengintimidasi Bowo						

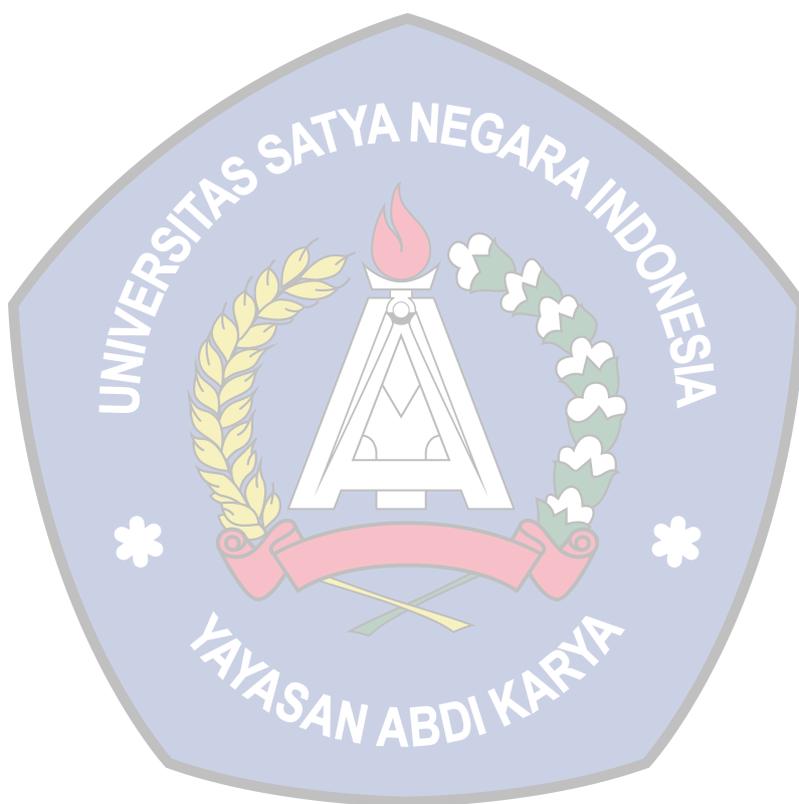
(Y)		Alpenliebe.					
	4	<i>Cyberbullying</i> dilakukan untuk menciptakan rasa takut pada Bowo Alpenliebe.					
	5	<i>Cyberbullying</i> dilakukan di media sosial selain YouTube dan di kehidupan nyata.					
	6	<i>Cyberbullying</i> memiliki tujuan untuk menyerang dan menyakiti Bowo Alpenliebe.					
	7	Remaja adalah salah satu pelaku <i>cyberbullying</i> terhadap Bowo Alpenliebe.					
	8	Saya termasuk orang yang melakukan <i>cyberbullying</i> terhadap Bowo Alpenliebe di media youtube.					
	9	Tidak menghiraukan perlakuan di akun media sosial YouTube yang mengarah pada <i>cyberbullying</i> .					
	10	Menurut Anda, setujukah jika Bowo Alpenliebe di <i>bully</i> dengan alasan Saya lebih senang menyimak video Bowo Alpenliebe saat bermain Tik-Tok daripada belajar.wajahnya tidak sesuai dengan yang ada di akun tik-tok nya".					
	11	Menurut Anda, apakah anak seusia Bowo Alpenliebe pantas menerima perlakuan <i>cyberbullying</i> .					
	12	Saya pernah melakukan <i>cyberbullying</i> di media youtube.					
	13	Setujukah And ajika Bowo Alpenliebe dijadikan konten youtube oleh para youtuber.					
	14	Setelah melakukan <i>bullying</i> apa ada kepuasan didalam diri Anda.					
	15	Dapat menanggapi <i>cyberbullying</i> dengan tenang, tidak meledak-ledak.					

DATA KUESIONER

N O	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	JML X	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	JML Y	
1	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	62	4	4	3	3	5	4	3	2	3	1	1	3	1	1	4	42	
2	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	60	5	3	4	4	5	4	5	2	4	1	1	3	1	1	3	46	
3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	66	4	3	3	3	4	4	3	2	4	1	2	2	1	2	4	42	
4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	66	5	3	4	4	5	4	3	3	3	2	2	3	2	2	5	50	
5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	5	65	5	4	5	4	5	5	5	2	2	1	2	3	2	1	5	51	
6	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	66	4	3	5	4	5	3	4	2	2	1	2	3	1	1	4	44	
7	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	61	4	4	5	5	4	4	4	1	3	2	2	2	2	2	3	47	
8	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	3	65	4	4	4	5	4	3	5	2	2	2	1	2	1	1	2	42	
9	4	5	3	4	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	5	61	5	3	5	5	5	3	4	1	4	2	1	1	2	2	5	48	
10	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	66	5	4	3	5	3	4	3	1	3	1	1	2	2	1	1	39	
11	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	66	5	4	4	4	4	5	5	4	1	2	2	2	3	2	3	1	47
12	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	68	4	5	5	3	5	4	4	2	5	1	2	3	1	3	2	49	
13	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	66	5	4	4	4	4	5	4	2	2	1	2	1	1	1	1	41	
14	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	65	3	4	5	5	5	5	3	3	3	1	1	1	1	2	1	43	
15	4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	62	4	4	5	4	5	4	5	1	4	2	1	3	1	2	3	48	
16	4	5	3	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	3	62	3	4	3	4	5	5	5	1	5	2	1	3	2	2	4	49	
17	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	63	3	4	4	3	4	5	5	2	3	1	1	3	2	3	2	45	
18	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	4	3	63	5	4	5	4	5	4	4	2	2	2	2	2	1	1	3	46	
19	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	64	3	3	4	5	4	3	5	1	2	1	2	3	1	1	1	39	
20	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	68	5	5	4	4	4	3	4	1	4	2	1	1	1	2	5	46	
21	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	70	4	4	5	3	4	5	5	1	2	2	2	2	2	2	4	47	
22	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	61	5	5	5	4	5	4	3	2	4	1	1	3	2	2	3	49	
23	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	68	3	4	4	4	4	4	4	1	3	1	2	1	2	2	2	41	
24	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	66	4	5	5	3	5	5	4	1	3	1	2	1	1	1	2	43	
25	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5	5	3	66	5	5	5	4	4	5	4	1	2	1	2	1	2	1	2	44	
26	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	66	5	5	3	4	5	4	5	2	2	1	1	1	1	2	1	42	
27	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	64	5	4	5	4	5	5	5	1	4	2	1	3	1	2	2	49	
28	4	5	4	4	4	3	5	3	4	5	3	4	3	4	4	59	4	3	5	4	5	3	4	2	2	2	2	3	2	2	1	44	
29	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	61	4	4	5	5	4	4	4	2	4	1	1	1	1	1	1	42	
30	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	3	61	4	4	4	5	4	3	3	1	4	1	2	1	1	1	3	41	
31	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	68	5	3	5	5	5	3	3	1	5	2	1	3	1	2	3	47	
32	5	4	3	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	3	61	4	5	4	4	5	4	5	2	3	1	1	3	2	2	4	49	
33	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	66	5	4	5	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	46	
34	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	66	5	5	5	4	5	4	3	1	2	1	2	2	1	1	3	44	
35	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	3	5	5	62	5	4	4	4	5	5	5	1	4	2	1	3	1	1	1	46	
36	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	4	5	64	4	5	5	3	5	3	4	2	3	1	2	1	1	2	5	46	

37	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	3	5	3	5	3	63	5	4	4	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	45
38	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	4	66	4	4	3	3	3	4	3	1	3	1	1	3	2	1	1	37	
39	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	61	5	3	4	4	5	5	4	1	2	2	2	3	2	3	2	47	
40	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	64	4	3	3	5	5	4	4	2	5	1	2	2	1	1	3	45	
41	4	4	3	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	66	5	3	4	4	4	5	4	2	2	1	2	3	1	1	1	42	
42	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	66	4	3	5	4	5	5	3	3	3	1	1	1	1	2	5	46	
43	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	58	4	4	5	3	5	4	5	1	4	2	1	2	2	2	4	48	
44	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	3	62	4	4	4	4	5	5	5	1	5	2	1	3	2	2	3	50	
45	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	4	5	4	5	3	65	5	4	5	3	5	5	5	2	4	1	1	3	1	1	4	49	
46	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	63	4	3	5	4	5	3	3	2	4	1	1	3	1	1	3	43	
47	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	68	4	4	5	5	4	4	3	3	3	1	2	2	1	2	4	47	
48	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	68	4	4	4	5	4	3	5	2	2	2	2	3	2	2	5	49	
49	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	62	5	3	5	5	5	3	4	2	2	1	2	3	2	1	5	48	
50	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	70	3	4	3	4	5	5	4	1	3	1	2	3	1	1	4	44	
51	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	5	5	5	59	3	4	4	3	4	5	3	2	3	1	1	2	2	3	3	43	
52	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	66	3	4	4	4	4	3	3	1	2	2	1	3	2	3	2	41	
53	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	67	4	5	5	3	5	4	5	2	5	1	2	2	1	1	3	48	
54	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	60	5	5	5	4	4	4	3	2	2	1	2	3	1	1	1	43	
55	5	4	5	3	4	5	5	3	5	4	4	5	3	4	4	63	5	5	3	4	5	4	3	1	3	1	1	1	1	2	5	44	
56	5	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	62	3	4	4	5	4	5	5	1	4	2	2	2	2	2	4	49	
57	5	5	3	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	3	66	4	3	5	4	5	3	4	2	3	1	1	3	2	2	3	45	
58	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	64	4	4	5	5	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	1	46	
59	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	61	4	4	4	5	4	4	3	1	2	2	1	2	1	3	3	43	
60	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	57	5	3	5	5	5	5	4	1	4	2	1	1	2	1	4	48	
61	5	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	62	5	4	3	5	3	4	4	2	3	1	1	2	2	1	2	42	
62	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	66	4	4	5	5	5	3	5	1	3	2	1	3	1	2	3	47	
63	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	64	4	4	4	5	4	3	4	2	3	1	1	3	2	2	1	43	
64	5	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	62	5	3	5	5	4	5	4	2	2	2	2	3	2	3	5	52	
65	5	4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	64	4	4	3	3	3	4	3	1	3	1	1	2	1	2	4	39	
66	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	68	5	3	4	4	5	5	3	1	2	2	2	2	2	2	4	46	
67	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5	3	63	4	3	3	4	5	4	4	2	5	1	2	3	2	1	1	44	
68	5	5	3	5	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	5	63	5	3	4	5	4	5	4	2	2	1	2	3	2	3	2	47	
69	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	62	4	4	5	5	5	5	3	3	3	1	1	1	1	1	3	45	
70	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	65	4	4	4	5	5	4	5	1	4	2	1	1	1	1	1	43	
71	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	67	5	3	5	5	5	5	5	1	5	2	1	3	2	2	2	51	
72	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	3	5	4	66	3	4	4	4	4	3	3	2	2	1	2	3	1	2	3	41	
73	5	5	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	59	4	5	5	3	5	3	4	1	4	2	2	3	2	2	4	49	
74	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	5	4	3	62	5	5	5	4	4	4	4	1	3	1	1	3	2	3	2	47	
75	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	65	5	5	3	4	5	3	5	2	3	2	2	2	1	1	3	46	
76	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	64	4	4	5	4	5	4	5	1	3	1	2	3	1	1	1	44	

77	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	3	4	5	5	65	3	4	3	4	5	5	4	2	2	2	1	1	1	2	5	44
78	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	66	3	4	4	3	4	5	4	2	5	1	2	2	2	2	4	47
79	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	66	5	4	5	4	5	5	3	1	2	1	1	2	1	3	2	44
80	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	67	4	3	5	4	5	3	3	1	3	1	1	1	2	2	3	41
81	5	4	5	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	5	3	62	4	4	5	5	4	4	4	2	3	1	1	2	2	3	2	46
82	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	63	4	4	4	5	4	3	4	1	3	1	2	2	1	1	3	42
83	5	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	64	5	3	5	5	5	3	5	1	4	1	2	3	1	1	1	45





PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA
DINAS PENDIDIKAN
SMK NEGERI 13 JAKARTA

BIDANG STUDI KEAHLIAN : BISNIS DAN MANAJEMEN – SENI DAN PARIWISATA
Jl. Rawa Belong II-E Palmerah - Jakarta Barat, Kode Pos : 11480
Telp./ Fax. (021) 5492970, e-mail : smkn13jkt@yahoo.com, Website : <http://www.smkn13jkt.net>

SURAT KETERANGAN
Nomor : 2642 / -1.851.7

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dra. Hj. Maimunah, M.Pd.
NIP : 19620803 199003 2 002
Jabatan : Kepala SMK Negeri 13 Jakarta

Menerangkan bahwa,

Nama : LISTIANI
NIM : 051303503125042
Program Pendidikan : Strata Satu (S 1)
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Fakultas ISIP
Tahun Akademik : 2018/2019

telah melaksanakan Tugas sebagai Peneliti di SMK Negeri 13 Jakarta pada tanggal 28 dan 29 Januari 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



FOTO MURID SMK NEGERI 13 JAKARTA



CONTOH CYBERBULLYING DI MEDIA YOUTUBE

The image shows a screenshot of a YouTube comment section with a dark background. A large, semi-transparent watermark of the logo for Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) is overlaid in the center. The logo features a central emblem with a flame, a book, and a torch, surrounded by the text 'UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA' and 'YAYASAN ABDI KARYA'.

fire gaming • 7 bulan yang lalu
Bowo sumpah gw ngeliat nya mirip monyet anjir Bowo cuma top global tik tok anjing'

Anindhiyo Ghani... • 8 bulan yang lalu (diedit)
Apa cmn gw klo ada muka bowo gw tutup layar hp?:v

lion Q • 1 bulan yang lalu
Bentr to...gantengnya bowo dri sbhl mna...?? Gigi aja dipager kek gtu hhhhhh

MHGaming FromYT • 2 bulan yang lalu
Kalo nonton pagi gua mau Muntah liat muka BOWO Coklatos

Kids Jaman Now Chanel • 7 bulan yang lalu
Jijik lihat bowo yg itu.
Youtube rewind aja gua dislike gara2 muka bowo nggak di sensor