

**CYBERBULLYING SEBAGAI PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI
DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS KUANTITATIF PADA KOLOM
KOMENTAR *CHANNEL* YOUTUBE *RICIS OFFICIAL*)**

(Skripsi)

Oleh

AURA AFIFAH RATNADEWATI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

CYBERBULLYING SEBAGAI PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS KUANTITATIF PADA KOLOM KOMENTAR *CHANNEL* YOUTUBE RICIS *OFFICIAL*)

Oleh

Aura Afifah Ratnadewati

Informasi yang tersebar secara bebas dan ketersediaan fitur yang dapat diakses oleh siapapun membuat komunikasi melalui media sosial lebih riskan terhadap lunturnya norma kesantunan. YouTube merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer di dunia. YouTube menyediakan fitur komentar agar dapat dilakukannya komunikasi dua arah atau lebih oleh sesama pengguna. Namun, fitur kolom komentar juga seringkali digunakan sebagai tempat terjadi perilaku *cyberbullying*. *Cyberbullying* terjadi kepada banyak YouTuber khususnya di Indonesia seperti yang terjadi kepada Ria Ricis dalam *channel* YouTube miliknya yaitu *Ricis official*. Kasus *cyberbullying* yang terjadi kepada Ria Ricis terkait konten YouTubenya yaitu berjudul “Rumah baru papa”. Penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif yang bertujuan untuk menemukan bagaimanakah kecenderungan jenis *cyberbullying* dan menganalisis bagaimana isi pesan *cyberbullying* yang tampak secara nyata dan sistematis pada kolom komentar video “Rumah Baru Papa”.

Dalam penelitian ini penulis menemukan bagaimana kecenderungan jenis *cyberbullying* yang terjadi dalam komentar video “Rumah baru papa” dan bagaimana analisis isi pesan *cyberbullying* dalam video tersebut. Peneliti menemukan kecenderungan jenis *cyberbullying* yaitu dalam bentuk *flaming* dan *masquerade* dengan rincian komentar *flaming* sebanyak 42 komentar, *masquerade* 37 komentar pada kategori jenis kelamin cenderung dilontarkan oleh kategori pria sebanyak 55 komentar dan untuk kategori anonimitas cenderung dilakukan oleh akun atau beridentitas anonim. Peneliti menganalisis *cyberbullying* terjadi dipicu oleh adanya pertentangan nilai yang ada dalam masyarakat berkaitan dengan konten video yang telah ia unggah itu.

Kata kunci : YouTube, Cyberbullying, Analisis Isi, *The Social Identity of Deindividuation Effect*.

ABSTRACT

CYBERBULLYING AS A VIOLATION OF COMMUNICATION ETHICS IN SOCIAL MEDIA (QUANTITATIVE ANALYSIS IN THE COMMENT SECTION OF THE YOUTUBE CHANNEL RICIS OFFICIAL

By

Aura Afifah Ratnadewati

Information that spread freely and the availability of social media features that can be accessed by anyone makes communication through social media more risky to the erosion of politeness norms. YouTube is one of the most popular social media platforms in the world. YouTube provides a comment feature to allow two-way or more communication between users. However, the comment section feature is also often used as a place for cyberbullying behavior to occur. Cyberbullying happens to many YouTubers, especially in Indonesia, as happened to Ria Ricis on her YouTube channel, Ricis official. The cyberbullying case that happened to Ria Ricis was related to her YouTube content, which was entitled "Rumah Baru Papa". This study uses descriptive content analysis which aims to find out what the tendencies of cyberbullying are and analyze how the content of the cyberbullying message appears in a real and systematic way in the comments section of the video "Rumah Baru Papa".

In this study, the researches found out how the tendency of the type of cyberbullying that occurred in the video commentary "Rumah Baru Papa" and how to analyze the content of the cyberbullying message in the video. Researchers found a trend the type of cyberbullying is in the form of flaming and masquerade with 42 comments of flaming and 37 comments of masquerade. In the gender category tend to be made by the male category as many as 55 comments and for the anonymity category tends to be carried out by an anonymous account or identity. Researchers analyzed that cyberbullying occurred triggered by the existence of conflicting values in society related to the video content that she had uploaded.

Keywords: *YouTube, Cyberbullying, Content Analysis, The Social Identity of Deindividuation Effect.*

**CYBERBULLYING SEBAGAI PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI
DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS KUANTITATIF PADA KOLOM
KOMENTAR *CHANNEL* YOUTUBE *RICIS OFFICIAL*)**

Oleh

AURA AFIFAH RATNADEWATI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **CYBERBULLYING SEBAGAI
PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI DI
MEDIA SOSIAL (ANALISIS KUANTITATIF
PADA KOLOM KOMENTAR CHANNEL
YOUTUBE RICIS OFFICIAL)**

Nama Mahasiswa : **Aura Afifah Ratnadewati**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1746031030**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001**

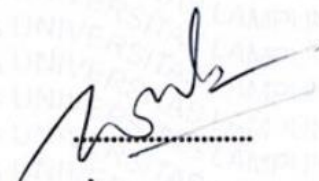
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001**

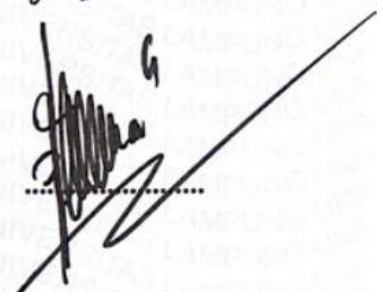
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**



Penguji Utama : **Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 10 Juni 2022

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aura Afifah Ratnadewati

Nomor Pokok Mahasiswa : 1746031030

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat Rumah : Jl. Tanjung Sari, RT/RW: 003/003, Kec. Bandar Negeri Suoh, Lampung Barat.

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul ***Cyberbullying sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Kuantitatif pada Kolom Komentar Channel YouTube Ricis Official)*** adalah benar-benar karya sendiri, bukan plagiat (milik orang) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 17 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Aura Afifah Ratnadewati
NPM 1746031030

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Aura Afifah Ratnadewati, lahir di Pringsewu pada tanggal 03 April tahun 2000. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Toni dan Yusiani. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 1 Pringsewu Selatan pada tahun 2011, SMP AL Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2014, dan SMA AL Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dan terdaftar sebagai anggota bidang *Reasearch and Development* pada tahun 2018/2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukamaju, Kecamatan Banjar Margo, Kabupaten Tulang Bawang periode 1 pada Januari - Februari 2020.

MOTO

“Hal baik akan tetap baik walaupun hanya satu orang yang melakukannya. begitu juga sebaliknya, hal buruk akan tetap buruk walaupun semua orang melakukannya. Jadi tetap lakukan kebaikan meskipun hanya kamu sendiri yang begitu.” - Aura

وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَأَرْجُ

“Dan hanya kepada Tuhan-mulah kamu berharap.”

[94 : 8]

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan skripsi ini sebagai bentuk hasil dari usaha, tanggung jawab dan rasa terima kasih untuk :

Allah SWT

Kedua orang tuaku yang telah berjuang untukku,

Toni & Yusiani

Adik-adik dan segenap keluarga tersayang,

Dan untuk diriku sendiri yang masih tetap bertahan dan tidak pernah berhenti sesulit apapun keadaannya demi harapan, cita-cita, dan masa depan yang sedang ku perjuangkan.

SANWACANA

Puji syukur tak hentinya saya ucapkan kepada Allah SWT karena berkah dan karunia-Nya penelitian dengan judul ***Cyberbullying sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Kuantitatif pada Kolom Komentar Channel YouTube Ricis Official)*** ini dapat diselesaikan, sebagai syarat untuk dapat meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam memberikan doa, dukungan, dan bantuan kepada penulis, yaitu :

1. Allah SWT atas segala berkat, karunia serta nikmat-Nya yang selalu menyertai penulis.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi atas segala kesediaan, kesabaran, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama perkuliahan hingga saat ini.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
5. Ibu Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Penguji Skripsi yang bersedia menjadi dosen penguji serta membantu memberikan kritik, saran, dan nasihat kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan hingga saat ini.

7. Keluarga penulis, ayahanda Toni, ibunda Yusiani, adik Anindya dan Daffa, serta seluruh keluarga besar yang telah bekerja keras untuk memenuhi segala kebutuhan penulis, selalu memberikan dukungan dan tak henti mendoakan penulis agar diberikan kelancaran untuk menyelesaikan studi.
8. Orang-orang terdekat penulis, teman-teman kos Roemah Narumi : Bella, Mala, Abigail, Muftia, Niluh, Putri, Floren, Maulidya, Dela, dan Anggi. Terima kasih untuk selalu ada baik dalam keadaan suka maupun duka dan mendukung secara mental dan moril kepada penulis sejak awal menginjak bangku perkuliahan hingga kini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis : Salwa, Yuli, Monik, Merlin dan Tariqh. Terima kasih sudah membantu, menemani, menjadi *support system* dan tempat keluh kesah penulis serta menjadi kenangan manis penulis selama menjalani perkuliahan.
10. Kakak-kakak dan teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi khususnya bidang *Reaserch and Development* yang telah banyak memberikan dukungan, pembelajaran dan membantu penulis selama perkuliahan hingga pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2017 baik dari kelas paralel maupun reguler yang telah saling memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan. Semoga kita semua selalu diberikan perlindungan oleh Allah dan dituntun jalannya menuju kesuksesan.
12. Untuk semua pihak yang telah berjasa membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih dan sukses selalu.

Bandar Lampung, 21 Juni 2022

Penulis,



Aura Afifah Ratnadewati

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Secara Teoritis.....	12
1.4.2 Secara Praktis	12
1.5. Kerangka Pikir	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Gambaran Umum	18
2.2.1 Gambaran Umum <i>Channel</i> YouTube Ricis <i>Official</i>	18
2.3 Komunikasi Massa	20
2.4 Media Baru (New Media).....	21
2.5 YouTube sebagai media sosial	23
2.6 Etika di Media Sosial (Netiket/ <i>Netiquette</i>).....	26
2.7 Pelanggaran Etika di Media Sosial (Netiket)	30
2.8 <i>Cyberbullying</i>	31
2.9 <i>Computer Mediated Communication Theory</i>	33
2.10 <i>The Social Identity Model of Deindividuation Effects</i>	35

III. METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Tipe Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Analisis Isi Kuantitatif	40
3.4 Definisi Konseptual	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	42
3.5.1 Populasi	42
3.5.2 Sampel.....	43
3.6 Unit Analisis	44
3.7 Sumber Data	45
3.8 Teknik Pengumpulan Data	46
3.9 Uji Reliabilitas	47
3.10 Analisis Data.....	48
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Hasil Uji Reabilitas	50
4.1.2 Hasil Analisis Tabel Tunggal.....	53
4.1.3 Hasil Analisis Tabulasi Silang	56
4.2 Pembahasan	60
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Data pengguna Internet dan sosial media.....	2
Gambar 2. Data pengguna Sosial media	3
Gambar 3. Data Jumlah <i>subscriber</i> tertinggi di Indonesia.....	4
Gambar 4. Video YouTube Ricis <i>Official</i>	5
Gambar 5. Komentar pedas di <i>channel</i> YouTube Ricis <i>Official</i>	6
Gambar 6. <i>Digital Civility Index</i>	8
Gambar 7. Data <i>Digital Civility Index</i> Indonesia.....	8
Gambar 8. Data <i>Digital Civility Index</i> Indonesia.....	9
Gambar 9. Profil <i>channel</i> YouTube Ricis <i>Official</i>	18
Gambar 10. Konten video kontroversial Ricis <i>Official</i>	19
Gambar 11. Komentar pedas di <i>channel</i> YouTube Ricis <i>Official</i>	19
Gambar 12. Logo YouTube	25
Gambar 15. Komentar yang mengandung kalimat <i>flaming</i>	64
Gambar 16. Komentar yang mengandung kategori <i>masquerade</i>	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. Tabel unit analisis penelitian.....	45
Tabel 3. Uji Reabilitas.....	51
Tabel 4. Frekuensi kategori <i>cyberbullying</i>	53
Tabel 5. Kategori anonimitas	54
Tabel 6. Kategori Jenis Kelamin.....	55
Tabel 7. Tabulasi silang <i>cyberbullying</i> dan anonimitas (foto profil).....	56
Tabel 8. Tabulasi silang <i>cyberbullying</i> dan anonimitas (nama pengguna)	57
Tabel 9. Tabulasi silang <i>cyberbullying</i> dan jenis kelamin	57
Tabel 10. Tabulasi silang Anonimitas (foto profil) dan jenis kelamin	58
Tabel 11. Tabulasi silang anonimitas (nama pengguna) dan jenis kelamin.....	59
Tabel 12. Nama akun kategori <i>flaming</i>	65
Tabel 13. Nama akun kategori <i>masquerade</i>	66
Tabel 14. Nama akun anonimitas tidak terlacak	68
Tabel 15. Nama akun kategori pria	72

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi menciptakan era baru bagi umat manusia, teknologi yang berkembang semakin pesat mendorong manusia untuk dapat menjalankan hidup yang lebih mudah. Masyarakat saat ini dituntut untuk dapat hidup beradaptasi dengan teknologi yang ada sehingga secara tidak langsung teknologi menjadi aspek penting bagi manusia dalam menjalankan kehidupan.

Kemudahan yang disediakan dari teknologi bisa kita dapatkan dari berbagai aspek, salah satunya dari sudut pandang komunikasi yaitu kemudahan dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan penyebaran informasi. Komunikasi kini dapat dilakukan dengan siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Penyebaran informasi menjadi lebih mudah dilakukan dalam kurun waktu yang cepat dan mencapai khalayak yang lebih luas. Kemudahan dalam berkomunikasi dan informasi ini didukung dengan terciptanya sebuah ruang baru yaitu ruang digital. Ruang digital merupakan sebuah ruang dimana pertukaran informasi terjadi melalui penggunaan media elektronik yang dilengkapi dengan jaringan internet.

Munculnya jaringan internet membawa perubahan besar bagi masyarakat, ketersediaan internet yang semakin baik memudahkan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain. Internet hadir dan mengubah paradigma komunikasi didukung dengan kemudahan akses dan keterjangkauan harga yang dapat dijangkau dari berbagai kalangan.



Gambar 1. Data pengguna Internet dan sosial media

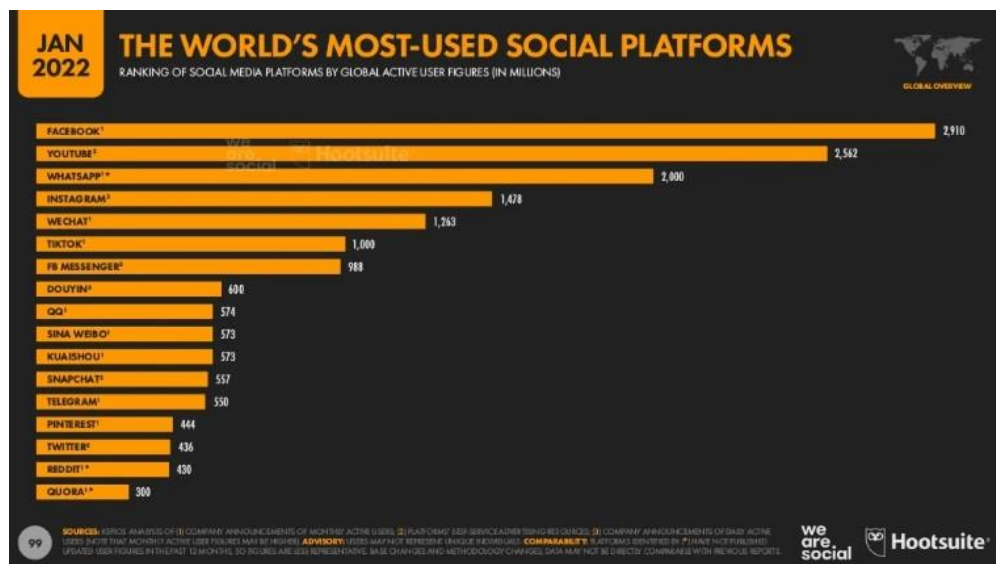
Menurut data yang dirilis oleh *We Are Social & Hootsuite*, menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 menyentuh angka hingga 204.7 juta atau 73,7% pengguna dari total populasi sementara, hasil data ini menunjukkan bahwa Indonesia mengalami peningkatan pengguna internet sebanyak 1.0% atau 2.1 juta dibandingkan tahun sebelumnya (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>). Tingginya angka pengguna internet di Indonesia menjadikan internet sebagai aspek penting dalam berkomunikasi dan penyebaran informasi yang efektif dan efisien. Keberadaan internet dinilai menjadi sebuah gaya hidup baru yang tercipta dalam masyarakat.

Sebagai negara berpaham demokrasi yang setiap warga negaranya memiliki hak dan kebebasan untuk berpendapat, keberadaan jaringan internet dan ruang digital tentu saja memberikan keuntungan bagi kita sebagai wadah atau sarana untuk memberikan pendapat serta mengekspresikan diri sejalan dengan ideologi yang kita anut. Pemanfaatan ruang digital sebagai sarana berkomunikasi dan bertukar informasi dinilai sebagai cara yang efisien baik dari segi waktu, jarak maupun harga.

Media sosial merupakan sebuah media dimana penggunanya bebas mengakses, mengekspresikan diri, dan memberikan pendapat. Media sosial tercipta dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dan

tersedianya jaringan internet. Media sosial merupakan sebuah situs dimana penggunaanya dapat terhubung dan berinteraksi satu sama lain untuk mendapatkan informasi melalui cara *virtual*.

Pengguna aktif media sosial mengalami peningkatan tiap tahunnya. Data dari *We Are Social & Hootsuite* pada gambar 1 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 191.4 juta pengguna yang aktif menggunakan media sosial dalam berinteraksi dan berkomunikasi, berarti masyarakat indonesia memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mengekspresikan diri mereka. Ketersediaan *platform* media sosial juga semakin beragam dan populer saat ini seperti diantaranya, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, whatsapp, telegram dan lainnya.



Gambar 2. Data pengguna Sosial media

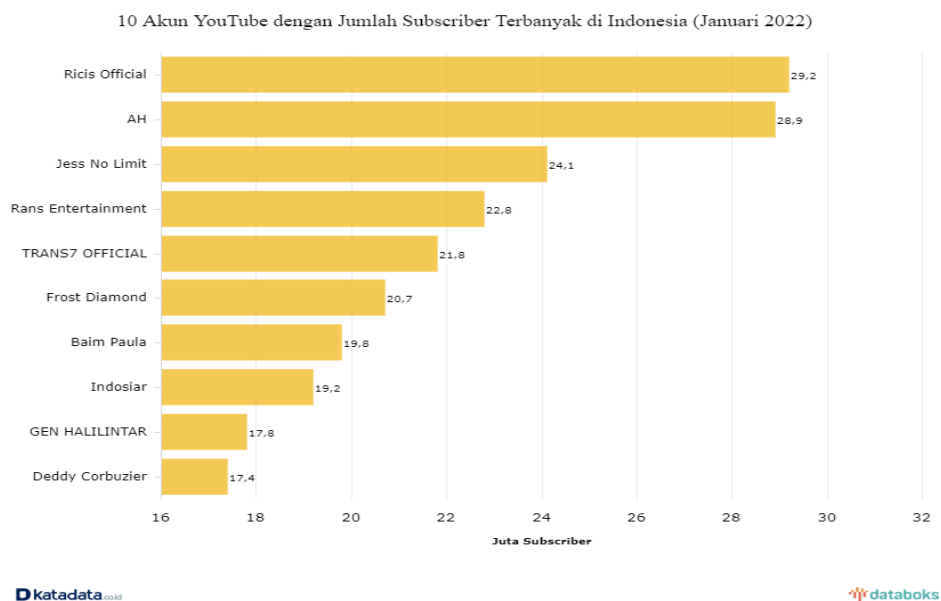
Media sosial yang ramai digunakan pada saat ini salah satunya adalah YouTube. Menurut data yang diambil dari *We Are Social & Hootsuite* angka pengguna YouTube mencapai 2,562 juta pengguna aktif, yaitu menempati urutan ke-dua tertinggi di dunia (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>). *Platform* ini menyajikan konten video yang bersifat menghibur mendidik dan memberikan informasi bagi penggunanya.

YouTube merupakan sebuah situs atau *platform* media sosial yang didirikan sejak 2005 di San Bruno, California, Amerika Serikat yang merupakan

sebuah *platform* untuk berbagi video melalui saluran atau *channel*-nya. YouTube memuat, membagikan, dan menonton video secara gratis dan praktis. Aktivitas yang dilakukan para penikmat/penonton dalam *platform* YouTube dengan berlangganan (*subscribe*) agar selalu dapat mengikuti aktivitas dan *update* terhadap video-video terbaru yang ingin mereka tonton, menyukai (*like*), serta memberikan komentar (*comment*) pada video yang tersedia untuk dapat ikut serta aktif memberikan kritik, saran maupun tanggapan kepada pemilik konten.

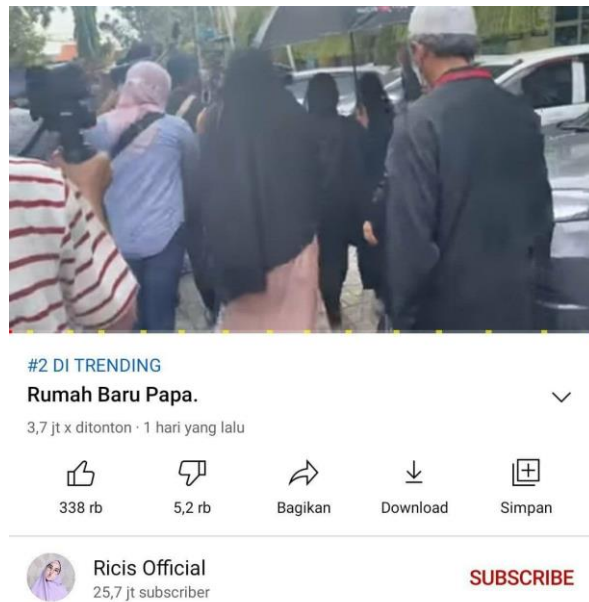
Fitur kolom komentar yang tersedia di YouTube disediakan agar dapat dilakukannya komunikasi dua arah yaitu sebagai kritikan dan juga saran. Namun, selain berguna sebagai wadah untuk memberikan kritikan dan saran fitur kolom komentar justru seringkali digunakan sebagai tempat terjadi perilaku *roasting*, *hatespeech*, *flaming*, sarkasme dan sindiran. Hal ini dialami oleh hampir seluruh YouTuber di Indonesia baik dengan jumlah *subscriber* yang banyak maupun sedikit.

Kasus yang terjadi baru-baru ini dialami oleh pemilik *channel* YouTube Ricis Official. *Channel* Ricis Official merupakan *channel* YouTube milik publik figur Ria Ricis dengan *subscriber* tertinggi di Indonesia dengan 29,9 juta *subscriber* dan telah menerbitkan 1.884 video per-tanggal 16 April 2022.



Gambar 3. Data Jumlah *subscriber* tertinggi di Indonesia

Dikutip dari data yang diperoleh dari *website* resmi katadata.id yang dirilis pada Januari 2022 lalu, *subscriber* tertinggi di Indonesia diperoleh *channel* Ricis *Official* diikuti dengan *channel* Atta halilintar yang menempati posisi ke-dua kemudian diposisi ketiga adalah *channel* Jess No Limit. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/25/salip-ah-ria-ricis-punya-subscriber-YouTube-terbanyak-di-indonesia-saat-ini>)



Gambar 4. Video YouTube Ricis *Official*

Channel YouTube yang memiliki *subscriber* yang sangat banyak ini tidak akan lepas dari perhatian publik dan kerap kali mengalami *cyberbullying* atas video-video yang dinilai kontroversial oleh masyarakat. Dalam salah satu konten video milik *channel* Ricis *Official* yang baru-baru ini kontroversial dan sempat menjadi *trending* ke-dua di YouTube Indonesia. Konten video yang menampilkan pemakaman ayah dari Ria Ricis yang baru saja meninggal pada tanggal 4 Juni 2021 yaitu video dengan judul “Rumah Baru Papa” per-tanggal 9 April 2022 telah dilihat sebanyak 6.262.938 juta penonton.

Dari konten tersebut banyak warga-net atau yang biasa disebut netizen menaruh perhatian terhadap konten ini, melalui kolom komentar netizen memberikan ungkapan bela sungkawa atau tidak sedikit juga netizen yang

memberikan komentar yang tidak sesuai dengan etika berkomunikasi di media sosial berupa kalimat sarkas, sindiran, maupun komentar pedas yang dilayangkan kepada Ria Ricis, seperti yang peneliti ambil melalui tangkapan layar dibawah ini :



Gambar 5. Komentar pedas di *channel* YouTube Ricis *Official*

Dari beberapa tangkapan layar komentar yang telah diambil oleh peneliti dalam video tersebut, peneliti banyak sekali menemukan kalimat sarkasme dan *hatespeech* yang termasuk dalam pelanggaran etika komunikasi di ruang digital berupa *cyberbullying*.

Pelanggaran etika komunikasi di ruang digital adalah segala bentuk tindakan atau kegiatan yang dilakukan yang melanggar nilai, etika, dan norma yang ada didalam ruang digital. Pelanggaran dalam beretika di ruang digital dapat menimbulkan kerugian beberapa pihak. Kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat dalam menerapkan etika bermedia sosial menjadi pengaruh besar terjadinya kejahatan siber. Pelanggaran etika yang dimaksud dapat menimbulkan kejahatan *online* (*cyber crime*) yaitu, kejahatan yang dilakukan diruang digital seperti *hoax*, *hatespeech*, diskriminasi, *cyberbullying* dan pelanggaran lainnya yang terjadi di dunia digital.

Informasi yang dapat disebarakan secara bebas dan ketersediaan fitur yang dapat diakses oleh siapapun membuat komunikasi melalui media sosial lebih riskan terhadap lunturnya norma kesantunan, nilai-nilai kebudayaan serta pelanggaran etika berperilaku terutama diruang digital. Besarnya keterlibatan masyarakat dalam sistem informasi dunia digital menciptakan masyarakat

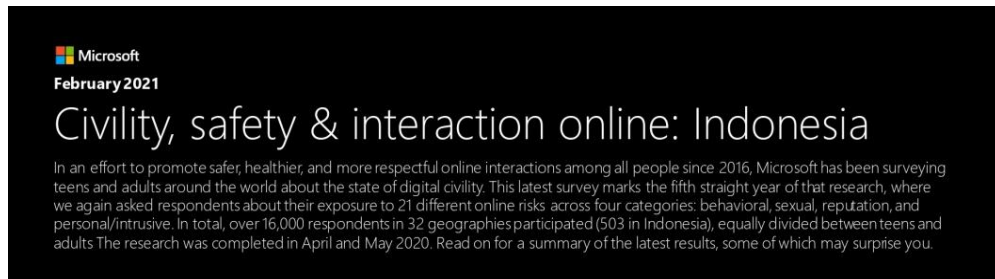
yang sulit dibatasi. Arus informasi yang tak terkendali serta sulitnya penanaman etika yang baik dalam ruang digital menimbulkan konsekuensi atas dampak yang timbul. Perkembangan teknologi dan kemajuan ruang digital perlu dikendalikan agar dunia *virtual* tidak menjadi layaknya hutan rimba (Pamuji, 2020:66).

Cyberbullying atau perundungan *cyber* merupakan sebuah perbuatan yang sama dengan perbuatan perundungan pada umumnya, yaitu dengan mengintimidasi, mengganggu, dan mencemooh seseorang. Hanya saja perilaku *cyberbullying* dilakukan melalui jaringan internet. Menurut Smith, dkk. *Cyberbullying* adalah perilaku agresif yang intensional yang dilakukan sebuah kelompok maupun individu yang secara berulang untuk menyerang korban yang tidak dapat melindungi dirinya sendiri melalui media elektronik (Widyawanti, 2017:4).

Cyberbullying merupakan pelanggaran etika komunikasi di ruang digital yang paling sering peneliti temukan terlebih dalam media sosial. *Cyberbullying* yang terjadi di media sosial biasa dilakukan oleh komunikator sebagai pelaku dan komunikan sebagai korban. *Cyberbullying* yang terjadi di media sosial baik Instagram, Twitter, Facebook, YouTube maupun *platform* terbaru yaitu tiktok dapat berupa ujaran kata kasar, penindasan dan lainnya. *Cyberbullying* yang dilakukan di media sosial memiliki pola berbeda tiap pelaku hal ini yang membentuk kategori *cyberbullying* yang berbeda satu dan lainnya (Muhammad, 2015 : 4).

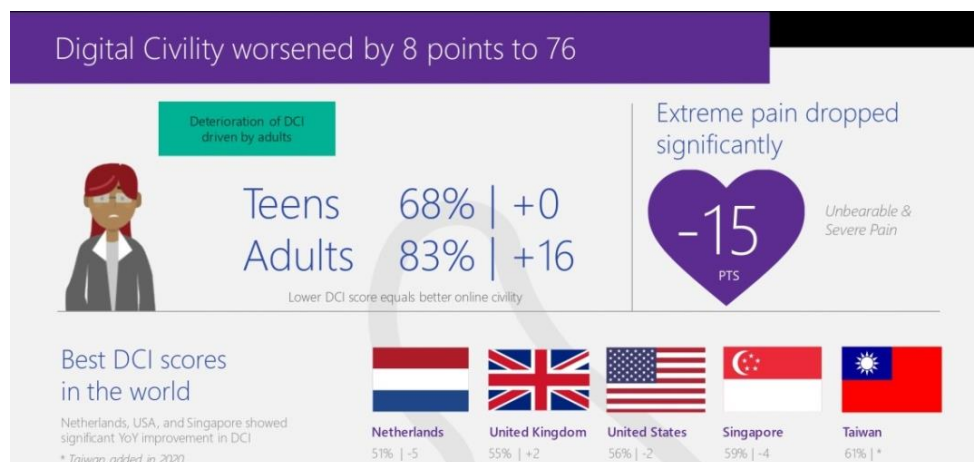
Jumlah data pasti mengenai kasus *cyberbullying* memang sulit ditemukan. Namun, peneliti menemukan data yang dikutip dari portal berita Kawan Hukum.id, yang menyebutkan bahwa setidaknya ada 25 kasus *cyberbullying* yang dilaporkan ke Polda Metro Jaya setiap harinya. Selain itu, data yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada survey tahun 2019, mendapati sekitar 49% pengguna internet di Indonesia pernah mengalami *cyberbullying*.

Sehubungan dengan itu, data yang di-*realease* pada awal tahun 2021 oleh Microsoft telah menampilkan sebuah data hasil survei tahunan yang mereka lakukan yaitu, *Digital Civility Index* (DCI) berupa “*Civility, Safety, and Interactions Online 2020*”.



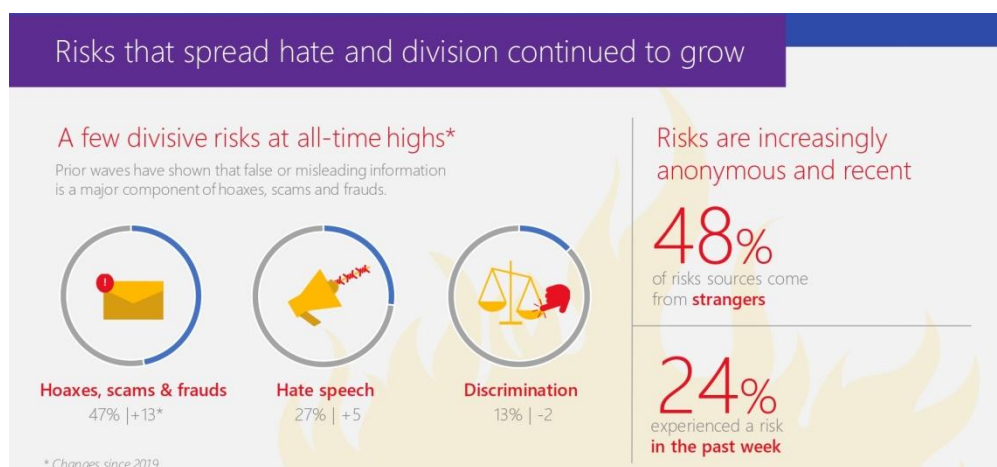
Gambar 6. *Digital Civility Index*

Studi yang dilakukan Microsoft ini untuk mengetahui tentang bagaimana interaksi *online* pengguna Internet di dunia saat berkomunikasi. Studi yang dilakukan sejak April hingga Mei 2020 ini menggunakan metode survei yang melibatkan 16.000 responden kaum muda rentang umur 13-17 tahun dan dewasa 18-74 tahun di 32 wilayah mencakup 9 wilayah Asia-Pasifik (APAC), yaitu Australia, India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand, dan Vietnam. Survei ini menggunakan skor dari 0 – 100 dimana semakin rendah skor berarti paparan resiko *online* makin rendah juga, sehingga tingkat kesopanan di dunia maya negara itu disimpulkan makin tinggi.



Gambar 7. Data *Digital Civility Index* Indonesia

Hasil riset DCI yang telah dilakukan Microsoft secara global menunjukkan negara-negara maju berada di urutan tertinggi. Sementara itu, Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang di survei secara global dengan skor 76 yaitu, memburuk sebanyak 8 poin dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan posisi yang diduduki pada tahun ini, netizen Indonesia memiliki predikat baru yaitu sebagai netizen paling tidak sopan se-Asia Tenggara di tahun 2020. Penurunan angka kesopanan ini didominasi dari kalangan dewasa dimana skor tersebut meningkat sebanyak 16 poin, sedangkan di kalangan muda menunjukkan data yang sama seperti tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 8. Data *Digital Civility Index* Indonesia

Berdasar survei tersebut kasus yang paling tinggi yang ada di masyarakat yaitu, kasus *hoax* yang meningkat sebanyak 13 poin ke angka 47% , diikuti *hatespeech* yang naik 5 poin menjadi 27% dan yang ketiga adalah kasus diskriminasi sebanyak 13% yang turun sebanyak 2 poin dibanding tahun lalu. Indikator yang menjadi penilaian Microsoft yakni *hatespeech* dan diskriminasi yang termasuk dalam kategori *cyberbullying*, dengan begitu data tersebut juga menunjukkan jumlah besarnya perilaku *cyberbullying* dalam penurunan kesopanan dalam berperilaku di internet di Indonesia.

Mudahnya kita sebagai pengguna internet untuk menemukan tindakan *cyberbullying* di kehidupan sehari-hari kita dalam menggunakan internet menjadi alasan peneliti tertarik membahas mengenai isu ini. Hal ini penting untuk diangkat dikarenakan perilaku *cyberbullying* ini bisa menyebabkan

dampak yang fatal. Kepala Fakultas Psikologi UNPAD, Ahmad Gimmy Prathama, yang dikutip dari portal berita kampus Ketik UNPAD, menuturkan korban yang mengalami *cyberbullying* akan merasakan kekerasan secara mental dan mempengaruhi kepribadian maupun aspek personal seseorang. *Cyberbullying* pada kasus-kasus tertentu dapat menyebabkan trauma, gangguan psikis, bahkan dalam kasus berat dapat memicu seseorang melakukan tindakan melukai dirinya sendiri hingga percobaan bunuh diri.

Dalam hal ini peneliti tertarik untuk menganalisis gambaran mengenai bagaimana perilaku netizen Indonesia dalam melakukan pelanggaran etika bimedia sosial berupa *cyberbullying* dalam *platform* berbasis video yaitu YouTube. Peneliti akan menghubungkan masalah ini dengan SIDE (*The Social Identity Model of Deindividuation Effects*). Teori ini menjelaskan bagaimana perilaku sebuah kelompok dalam media dipengaruhi oleh anonimitas dan *identifiability*. Diener (1980) menyebutkan, kurangnya kesadaran seseorang dapat disebabkan oleh perilaku anonimalitas yang menimbulkan fenomena deindividuasi. Sedangkan Zimbardo juga menyebutkan orang yang melakukan perilaku anonim dapat melakukan perilaku yang diluar norma-norma kelompok disebabkan dari kurangnya rasa sadar akan identitas dirinya (Wicaksono & Irwansyah, 2017:36).

Jika dilihat melalui perspektif psikologi yang diuji melalui eksperimen yang dilakukan oleh Omernick & Sood (2013), terdapat perbedaan model komunikasi yang memiliki identitas asli dengan anonim yaitu, kecenderungan interaksi komunikasi yang negatif pada identitas anonim dan interaksi komunikasi yang positif dan bertanggung jawab jika menggunakan identitas asli yang diuji melalui eksperimen (Ari Wicaksono & Irwansyah, 2017:38).

Menurut peneliti, teori SIDE ini merupakan teori yang paling tepat untuk dapat melihat perilaku anonimitas yang dapat menimbulkan rasa aman kepada para pelaku dalam berbuat pelanggaran di media sosial karena sulitnya untuk melacak identitas mereka. Terdapat banyak penelitian yang membahas mengenai *cyberbullying* maupun penelitian mengenai perilaku anonim deindividuasi yang dihubungkan dengan perilaku dalam sosial media seperti

(Wicaksono dan Irwansyah, 2017; Tattik Mukhoyaroh, 2020; Imanuel Caesar, 2020; Chairunnisa, 2018; Tania Zatari, 2020; Rizky O. P., dkk, 2018; Addin Maulana, 2019) namun kebanyakan dari penelitian tersebut hanya melihat perilaku deindividuasi dari sudut pandang psikologi. Berkaitan dengan hal tersebut peneliti melihat masih sedikitnya studi yang melihat anonimitas ini melalui sudut pandang komunikasi sebagai penyebab terjadinya pelanggaran etika komunikasi dalam bermedia terlebih dalam sosial media YouTube.

Objek dalam penelitian ini adalah perilaku pelanggaran etika berkomunikasi di media sosial yang bertujuan untuk melihat bagaimana kecenderungan jenis *cyberbullying* yang kerap dilakukan oleh netizen dalam kolom komentar *channel* YouTube tersebut. Karena hal itu, peneliti mengangkat judul “*Cyberbullying* sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Kuantitatif pada Kolom Komentar *Channel* YouTube Ricis *Official*).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di angkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kecenderungan jenis *cyberbullying* yang ada dalam kolom komentar *channel* YouTube Ricis *Official*?
2. Bagaimakah analisis isi pesan *cyberbullying* di dalam kolom komentar *channel* Ricis *Official*.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimanakah kecenderungan jenis *cyberbullying* dan bagaimana analisis isi pesan *cyberbullying* di dalam kolom komentar *channel* YouTube Ricis *Official* video “Rumah Baru Papa”.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian bidang ilmu komunikasi khususnya pada pelanggaran di media sosial serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema terkait.

1.4.2 Secara Praktis

Diharapkan menjadi informasi yang dapat dijadikan sebuah pembelajaran bagi kita semua terutama pengguna ruang digital untuk senantiasa sadar akan sopan dan beretika berkomunikasi di dunia digital, serta untuk pembuatan tugas akhir sebagai salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.

1.5. Kerangka Pikir

Widayat mendefinisikan kerangka berpikir adalah model konseptual mengenai bagaimana sebuah teori berhubungan dengan faktor-faktor yang diidentifikasi menjadi masalah penting. Kerangka berpikir memuat penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) dalam penelitian (Nurdin, 2019 : 125).

Teknologi yang mengalami perkembangan khususnya di bidang informasi berupa internet menciptakan dunia baru yang membuat seolah-olah penggunaannya terasa dekat satu sama lainnya. Melalui internet dengan munculnya *platform* media komunikasi yang semakin banyak membuat komunikasi lebih mudah dilakukan. Tingginya pengguna internet di Indonesia sendiri menjadikan internet dan media sosial sebagai salah satu aspek penting dalam berkehidupan sosial. Keterlibatan yang besar internet dengan kehidupan manusia era ini dapat memicu kejahatan dalam dunia

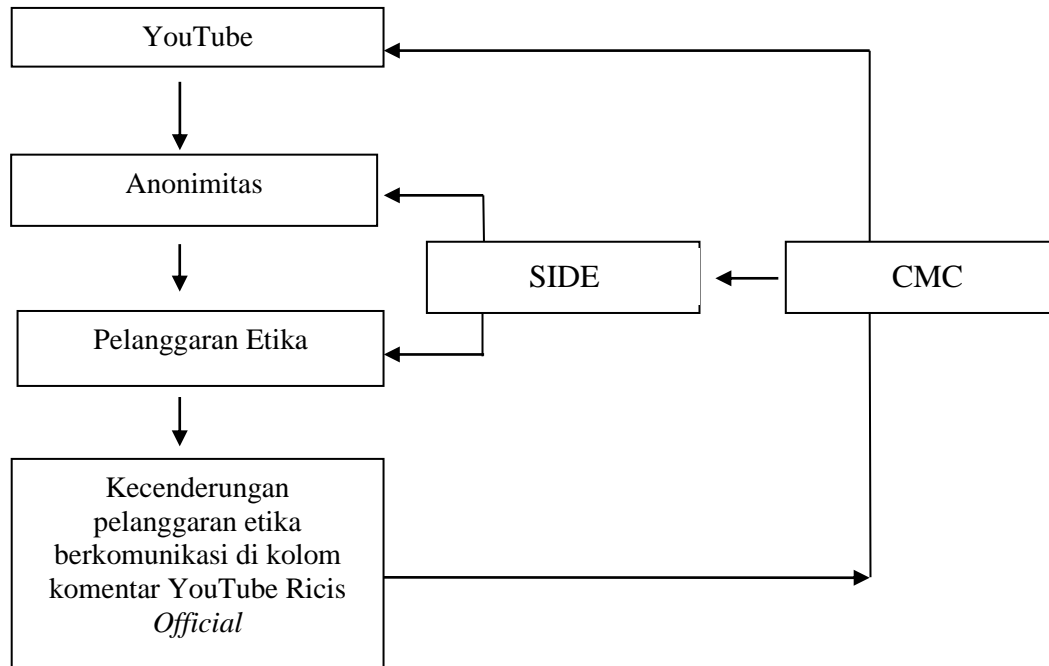
digital, yang sering disebut *cybercrime* atau kejahatan siber. *Cybercrime* merupakan segala bentuk kejahatan yang dilakukan melalui internet atau dunia digital.

Sesuai dengan tingginya penggunaan internet *cybercrime* juga semakin banyak ditemukan saat ini. Salah satu jenis *cybercrime* yang seringkali penulis temukan yaitu *cyberbullying* yang menjadi fokus dalam penelitian ini. *Cyberbullying* merupakan bentuk perilaku penindasan, lontaran ujaran kasar, perundungan atau *bullying* yang dilakukan di dalam dunia digital yang menimbulkan kerugian sebuah pihak.

The Social Identity Model of Deindividuation Effect atau SIDE merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang atau sekelompok orang besar dipengaruhi oleh identitas dan anonimitas. Perilaku perundungan yang terjadi dalam media digital dapat menimbulkan rasa aman kepada pelaku jika memiliki identitas yang anonim dikarenakan sulitnya untuk melacak identitas mereka. Munculnya perilaku *cyberbullying* ini banyak ditemukan di berbagai jenis media sosial, terutama media sosial dengan pengguna aktif yang tinggi. Salah satu media sosial yang ramai digunakan saat ini yaitu, media sosial YouTube. YouTube merupakan sebuah *platform* untuk berbagi dan menonton video secara gratis.

Media sosial YouTube menyediakan sebuah fitur kolom komentar untuk membuat sesama penggunanya terlibat aktif untuk memberikan kritik, saran atau *feedback* ke sesama penggunanya. Melalui kolom komentar inilah banyak sekali ditemukan perilaku *cyberbullying* yang dialami oleh beberapa YouTuber di Indonesia salah satunya Ricis *Official*. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melihat bagaimanakan kecenderungan jenis *cyberbullying* di media sosial YouTube melalui kolom komentar yang ada di YouTube *channel* Ricis *Official*.

Penelitian ini memiliki kerangka pikir seperti berikut :



Bagan 1. Kerangka pikir diolah oleh peneliti

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu diperlukan untuk mengidentifikasi penelitian dengan tema serupa yang pernah diteliti sebelumnya sehingga peneliti dapat mengetahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan agar menghindari terjadinya duplikasi. Penelitian terdahulu pada penelitian ini mencakup penelitian yang memiliki relevansi sesuai dengan tema yang peneliti angkat. Berikut, merupakan beberapa penelitian terdahulu yang peneliti kumpulkan dan gunakan dalam penelitian ini :

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

1.	Peneliti	Apriyan Putra, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
	Judul Penelitian	Analisis <i>Cyberbullying</i> Di Media Sosial <i>Twitter</i> (Studi Pada Akun <i>Twitter</i> @Ahmaddhaniprast Periode Bulan Februari-Juni 2016).
	Kontribusi bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai sumber referensi bagi peneliti mengenai bagaimana <i>cyberbullying</i> yang terjadi di media sosial twitter.
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pelanggaran etika berkomunikasi di media sosial.
	Perbedaan	Objek yang diambil berbeda, pada penelitian ini mengambil objek akun twitter @Ahmaddhaniprast dan fokus pada <i>cyberbullying</i> sebagai fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif.
2.	Peneliti	Tania Putri Zadari mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2020.

	Judul Penelitian	Pola <i>Political Flaming</i> Pada Petisi <i>Online</i> (Analisa Kolom Komentar Petisi “Copot Anies Baswedan Sebagai Gubernur Dki Jakarta!”)
	Kontribusi bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi pada peneliti sebagai referensi dalam penelitian untuk melihat bagaimanakah <i>political flaming</i> yang terjadi di komentar petisi <i>online</i> “Copot Anies Baswedan Sebagai Gubernur Dki Jakarta!”)
	Persamaan	Pesamaan dengan penelitian yang peneliti angkat adalah pada metode dan teori yang digunakan sama-sama menggunakan teori SIDE dan analisis isi kuantitatif sebagai metode penelitian.
	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian yang peneliti angkat adalah objek yang diambil yaitu <i>political flaming</i> yang terjadi di komentar petisi <i>online</i> . Sedangkan, peneliti mengangkat <i>cyberbullying</i> dalam media sosial YouTube.
3.	Peneliti	Indah Setyawati, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, tahun 2016
	Judul Penelitian	Pengaruh <i>Cyberbullying</i> Di Media Sosial Ask.fm Terhadap Gangguan Emosi Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi SMAN 10 Bandar Lampung).
	Kontribusi bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan referensi gambaran kepada peneliti mengenai bagaimana tindakan <i>cyberbullying</i> dalam media sosial Ask.fm terhadap psikologi emosi remaja.
	Persamaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti angkat adalah objek penelitian yang sama yaitu <i>cyberbullying</i> di media sosial dan teori yang digunakan menggunakan teori deindividuasi.
	Perbedaan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, dalam penelitian ini fokus penelitian hanya meneliti besarnya pengaruh dari <i>cyberbullying</i> di media sosial terhadap emosi remaja, sedangkan penelitian yang akan penelitian lakukan yaitu berfokus pada bagaimanakah kecenderungan jenis <i>cyberbullying</i> dan analisis isi pesan <i>cyberbullying</i> yang ada dalam media sosial YouTube dalam <i>channel Ricis Official</i> .

Sumber : diolah peneliti 2022

1. Analisis *Cyberbullying* Di Media Sosial *Twitter* (Studi Pada Akun *Twitter @Ahmaddhaniprast* Periode Bulan Februari-Juni 2016).

Penelitian pertama dilakukan oleh Apriyan Putra mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teori *Hyperpersonal Model* yang selanjutnya dilakukan analisis wacana Teun A. Van Dijk.

Penelitian ini berfokus pada seperti apa *cyberbullying* yang terjadi serta apa saja bentuk *cyberbullying* yang dilakukan pada akun @Ahmaddhaniprast. Peneliti dalam penelitian ini menarik kesimpulan Ahmad Dhani mendapatkan *cyberbullying* dengan karakteristik intimidatif dan ditinjau melalui logika desain pesan pengguna twitter sebagai pelaku *cyberbullying* mengemas pesan dengan tipe logika ekspresif dan tidak ada yang menggunakan tipe pesan konvensional dan retorik.

2. Pola *Political Flaming* Pada Petisi *Online* (Analisa Kolom Komentar Petisi “Copot Anies Baswedan Sebagai Gubernur Dki Jakarta!”)

Penelitian kedua dilakukan oleh Tania Putri Zatari mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2020.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *computer mediated communication* theory dengan teori pendukung *The Social Identity Model of Deindividuation Effects* dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Peneliti dalam penelitian ini berfokus pada perilaku *political flaming* yang ada pada petisi *online* Change.org yang dipengaruhi oleh faktor identitas yang ada di media. Peneliti dalam penelitian ini menarik kesimpulan bahwa semakin tertutupnya suatu identitas seseorang di media maka semakin rentan juga mereka memberikan kalimat agresif.

3. Pengaruh *Cyberbullying* Di Media Sosial Ask.fm Terhadap Gangguan Emosi Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi SMAN 10 Bandar Lampung).

Penelitian ini dilakukan oleh Indah Setyawati, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, tahun 2016.

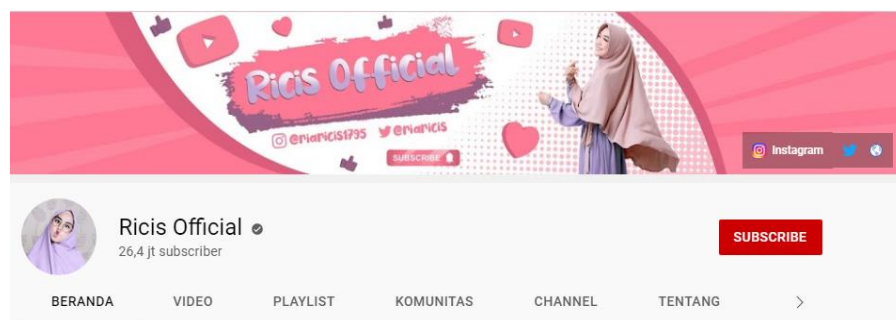
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data untuk dapat mengetahui dugaan pengaruh Ask.fm terhadap emosional remaja. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif yang menggunakan sebuah perhitungan tertentu untuk dapat mengetahui hasil yang diteliti.

Peneliti dalam penelitian ini menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh dalam kategori “kuat” antara *cyberbullying* di media sosial Ask.fm terhadap perkembangan psikologi emosi remaja, dengan persentase sebesar 31,36%.

2.2 Gambaran Umum

2.2.1 Gambaran Umum *Channel* YouTube Ricis Official

Channel YouTube Ricis Official merupakan *channel* yang dimiliki oleh publik figur Ria Ricis atau yang memiliki nama asli Ria Yunita. Ria Ricis lahir di Batam, 1 Juli 1995. *Channel* YouTube Ricis Official mulai aktif di sosial media YouTube pada 15 Januari 2016, yang hingga kini telah memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 29,9 juta dan telah menerbitkan sebanyak 1.884 video per-tanggal 16 April 2022.



Gambar 9. Profil *channel* YouTube Ricis Official

Channel ini dulunya memiliki konten yang seputar mainan seperti *me-review squishy*, slime dan LOL yang kemudian seiring berjalannya waktu mulai menampilkan konten yang lebih beragam lagi seperti *vlog*, mukbang dan lainnya. Menurut sumber yang diperoleh dari katadata.id tahun 2022 *channel* YouTube ini memiliki jumlah *subscriber* tertinggi di Indonesia yang mana posisi ini naik dibandingkan tahun sebelumnya.

Melalui konten video *vlog* akun *channel* Ricis Official sangat aktif menerbitkan konten-konten video setiap harinya yang menampilkan kegiatan sehari-hari Ria Ricis yang dinilai menarik dan menghibur untuk ditonton. Pada saat terdapat kabar duka yaitu meninggalnya ayahanda

Ria Ricis *channel* ini juga menerbitkan video yang menampilkan pemakaman almarhum yang berjudul “Rumah Baru Papa.”.



Gambar 10. Konten video kontroversial Ricis *Official*

Konten video ini pun menjadi *trending topic* kedua di YouTube Indonesia dan mendapatkan berbagai respon dari netizen, ada yang menyampaikan duka cita dan ada pula yang memberikan komentar yang kurang baik untuk dibaca terlebih oleh keluarga yang sedang berduka. Konten video ini kontroversial dan menjadi perbincangan panas untuk masyarakat. berikut beberapa komentar yang peneliti temukan di *channel* YouTube ini.



Gambar 11. Komentar pedas di *channel* YouTube Ricis *Official*

Melalui komentar-komentar yang banyak peneliti temukan di akun tersebut peneliti banyak sekali menemukan komentar yang mengandung bahasa dan kata-kata yang mengandung unsur *cyberbullying*, hal tersebut menunjukkan bahwa telah banyak terjadinya pelanggaran etika dalam berkomunikasi di dalam *channel* YouTube Ricis *Official*.

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi pada era ini sudah mencapai dimana komunikasi yang disampaikan bisa diterima oleh jutaan manusia secara terbuka serentak dan serempak. Kecanggihan teknologi komunikasi abad ini merupakan saluran yang menciptakan yang disebut dengan “publik dunia”.

Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yaitu, komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2018:235). Sedangkan menurut Gerbner komunikasi massa yaitu, produksi dan distribusi komunikasi yang berlandaskan teknologi dan lembaga yang disebarkan dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2018 : 235).

Komunikasi massa adalah sebuah proses penyampaian pesan yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar luas, heterogen, dan anonim melalui perantara media cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang diterima dapat sampai kepada komunikan secara bersamaan dan serentak. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada penerima pesan dalam jumlah yang banyak dan beragam melalui sebuah media (Effendy, 2003 : 80). Jalaluddin Rakhmat menyebutkan, komunikasi massa memiliki karakteristik yang khas dibandingkan komunikasi interpersonal yaitu pada pengendalian arus informasi, umpan baik, stimulasi alat indra, dan proporsi isi dengan hubungan (Rakhmat, 2018 : 236).

Menurut Elizabeth-Noelle Neuman secara teknis terdapat empat tanda pokok komunikasi massa: (1) bersifat tidak langsung, artinya pesan yang disampaikan harus melalui perantara atau media teknis. (2) bersifat satu arah, artinya pesan yang disampaikan bersifat satu arah dan tidak ada interaksi antara komunikan-komunikator ataupun antar komunikan. (3) bersifat terbuka, artinya pesan yang disampaikan bersifat terbuka dan publik yang tidak terbatas dan anonim. (4) mempunyai publik yang secara geografis tersebar luas (Rakhmat, 2018:237).

Sebelum menggunakan media massa sebagai sarana penyampaian pesan kita perlu memahami beberapa karakteristik komunikasi massa, yaitu, (Effendy, 2003 : 81-83):

1. Komunikasi massa bersifat umum. Pesan yang ingin disampaikan lewat media massa terbuka untuk semua orang. Media cetak, radio, TV ataupun film jika digunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkup organisasi yang tertutup tidak dapat digolongkan sebagai komunikasi massa.
2. Komunikan atau penerima pesan bersifat heterogen. Komunikan dalam media massa merupakan sejumlah orang yang memiliki minat yang sama yang memiliki bentuk tingkah-laku sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama meskipun orang-orang tersebut tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasi.
3. Media massa menimbulkan keserempakan. Keserempakan atau keserentakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut dalam keadaan terpisah satu sama lainnya.
4. Komunikator dan komunikan memiliki hubungan bersifat non-pribadi. Hal ini timbul karena teknologi dan penyebaran pesan yang dilakukan secara massal dan peranan komunikator yang bersifat umum.

2.4 Media Baru (New Media)

Media baru atau *new media* adalah sebutan untuk perkembangan perangkat teknologi komunikasi dan web yang melingkupi digitalisasi, komputerisasi, PC, maupun organisasi dan korespondensi. Media baru merupakan sebuah media yang konten dasarnya berbentuk gabungan data, teks, suara serta berbagai jenis gambar yang disimpan berbentuk format digital dan disebarluaskan melalui jaringan kabel optik *broadband*, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Flew, 2005 : 2-3).

Media baru menurut Mondry merupakan media yang menggunakan jaringan internet, media *online*, berbasis teknologi digital, bersifat fleksibel, memiliki potensi interaktif, dapat berfungsi secara *private* maupun publik. Menurut

McQuails, media baru adalah perangkat teknologi elektronik yang mencakup beberapa sistem teknologi memiliki dampak langsung dan tidak langsung serta memiliki kelancaran korespondensi (Widjajanti, 2016 : 348).

Tiga sifat utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru menurut Rogers adalah *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* artinya kemampuan sistem komunikasi yang baru interaktif dengan perkembangan teknologi web 2.0 kemampuan sistem komunikasi baru dalam memfasilitasi keinteraktifan hampir seperti komunikasi antar pribadi sehingga penggunaannya lebih efektif dalam melakukan komunikasi. *Demasiffication* memiliki arti kontrol pengendalian sistem komunikasi massa dimana pesan dapat disalurkan secara individual kepada para pengguna dalam besar. Sedangkan *asynchronous* didefinisikan bahwa pesan dapat dikirimkan dan diterima pada waktu yang ditentukan oleh tiap peserta (Rahardjo, 2011 : 3-29). Denis Mcquail menjelaskan ciri utama media baru yaitu (Mcquail, 2011:43):

1. Adanya hubungan (*interkonektivitas*)
2. Aksesnya terhadap khalayak sebagai komunikator maupun komunikan
3. Karakter terbuka dan kegunaannya beragam
4. Bersifat ada dimana-mana

Media baru memiliki karakteristik kualitas sebagai berikut :

1. Interaktif

Media baru dari perkembangan teknologi memiliki kelebihan yang lebih cerdas dibanding media yang telah ada sebelumnya, karakteristik ini merupakan karakteristik yang paling menonjol dan membedakan media baru dengan media lainnya.

2. Hipertekstual

Informasi yang terkandung dalam media baru bersifat hipertekstual, yang berarti informasi yang sudah pernah disebarakan baik melalui media sebelumnya di input kembali dalam media baru dengan tampilan dan bentuk yang disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan

dari media sebelumnya ke media baru sehingga informasi yang pernah ada disebarkan menjadi arsip dan tidak hilang begitu saja.

3. Jaringan (*Networking*)

Dalam media baru terdapat jaringan yang memudahkan bagi pengguna untuk mengakses dan menggunakan web untuk menemukan data. Jaringan ini berupa *World Wide Web*, situs organisasi / negara, lokal, media berbasis web, *blog*, maupun diskusi *online*.

4. Maya / *Virtual*

Virtual / maya merupakan segala bentuk komunikasi yang dilakukan melalui ruang digital dan tidak secara langsung menggunakan jaringan internet. Hal ini dapat menjadikan karakteristik ini sebagai kekurangan dari media baru dikarenakan jangkauan kebebasan informasi yang sangat luas dan tak terbatas serta identitas seseorang dalam dunia *virtual* yang tidak dapat dipercaya sepenuhnya.

5. Simulasi

Simulasi atau juga imitasi dalam media berarti menirukan atas apa yang dilihat yang berguna baginya kedalam kehidupan. Media baru menirukan yang terdapat pada media lama yang masih sesuai dan bisa dimasukkan dalam media baru karena setiap media memiliki efek yang besar kepada khalayak atau penggunanya.

6. Digital

Karakteristik ini berarti segala sesuai yang menggunakan media baru berbasis digital yang dibuat oleh manusia menggunakan alat elektronik dan jaringan internet yang diolah oleh kode yang telah diprogram.

2.5 YouTube sebagai media sosial

Keberadaan internet di era sekarang memunculkan banyak sekali teknologi yang dapat memudahkan manusia dalam beraktivitas, berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu teknologi komunikasi yang tercipta dari keberadaan internet adalah media sosial. Media sosial adalah perangkat lunak yang terhubung melalui jaringan internet secara *virtual* yang memungkinkan individu atau komunitas berkumpul di ruang digital. Kecanggihan teknologi

yang semakin maju dan mudah didapatkan menjadikan media sosial semakin berkembang. Asalkan terdapat jaringan internet maka komunikasi melalui media sosial dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja.

Media sosial merupakan media atau sarana berbasis internet yang menghubungkan individu untuk saling berinteraksi berpartisipasi dan beraktivitas dalam ruang digital tanpa batasan ruang waktu maupun jarak. Van Dijk mengartikan media sosial merupakan sebuah *platform* media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi penggunaannya dalam berinteraksi dan beraktivitas (Nasrullah, 2015 : 11). Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan sebuah sarana untuk meningkatkan pengguna untuk saling berbagi dan bekerja sama antar pengguna untuk melakukan tindakan yang berada diluar institusional maupun organisasi. Sedangkan menurut Prahastiwi Utari media sosial adalah sebuah sarana yang penggunaannya mudah untuk mengakses dan berpartisipasi terutama berkomentar (Utari, 2010:51).

Media sosial mengajak publik dan penggunaannya untuk turut serta terlibat secara terbuka dalam komunikasi yang dilakukan dalam media sosial. Media sosial dapat dikatakan sebagai perwujudan dari media *online* mana penggunaannya dapat berinteraksi, berbagi dan memproduksi konten dalam ruang digital / *virtual* yang didorong oleh kecanggihan teknologi multimedia. Kaplan dan Haenlein dalam jurnalnya membagi media sosial menjadi enam bagian, yaitu, Proyek Kolaborasi (*Wiki, Bookmark*), *Blog* dan *Microblog* (Twitter), Konten (YouTube), Situs jejaring sosial (Facebook dan Instagram), dan *Virtual Game Works* (3D). Media sosial memiliki beberapa kelebihan menurut Kementerian Perdagangan diantaranya (Wulandewi, 2019:24):

- a. Cepat, ringkas, padat, dan sederhana. Dalam menggunakan media sosial kita diberikan kemudahan untuk mengakses dengan harga yang terjangkau dan dari seluruh kalangan masyarakat, yang diperlukan untuk menggunakannya hanya media elektronik sebagai alat, seperti komputer/*tablet/mobile phone*, dan jaringan internet.

- b. Menciptakan hubungan yang lebih intens. Media sosial memiliki komunikasi yang bersifat dua arah atau terdapat hubungan timbal balik atau *feedback* dalam interaksi dan berkomunikasi secara langsung sehingga menciptakan hubungan yang lebih dekat dan intens antar komunikator-komunikan maupun sesama komunikan.
- c. Jangkauan yang luas dan bersifat global. Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial dapat mencapai khalayak yang sangat luas ,tak terbatas dan dalam waktu sangat cepat selama tersedianya jaringan internet.
- d. Kendali dan terukur. Dalam berkomunikasi dan berinteraksi di media sosial yang berada didalam ruang digital terdapat sistem *tracking*, dimana penggunaanya dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi melalui *feedback* dan reaksi.

Terdapat banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini, hadirnya media sosial yang baru dan menarik menjadikan media sosial merupakan salah satu aspek penting bagi masyarakat era ini, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Whatsapp dan lain lain.



Gambar 12. Logo YouTube

YouTube merupakan sebuah situs atau *platform* media sosial yang digunakan untuk berbagi video yang berdiri sejak 2005 di San Bruno, California, Amerika Serikat. Pada bulan Oktober 2006 YouTube mulai memasuki pasar internasional dengan saham yang dibeli oleh Google sebesar USD 1,65 Juta. Mulai saat itulah YouTube mulai berkembang dan mencapai masa kejayaan dalam kacamata internasional.

YouTube merupakan media sosial yang populer saat ini untuk memuat, membagikan dan menonton video secara gratis dan praktis. Terdapat banyak macam video yang diunggah dan dibagikan dalam media sosial YouTube mulai dari *music video*, *trailer*, *short movie*, film televisi, *vlog*, tutorial hingga *tips and trick*. YouTube dengan beberapa fitur yang tersedia di dalamnya

menciptakan hubungan interaksi dan komunikasi yang sangat dekat antar penggunanya.

Menurut penelitian *We Are Social & Hootsuite*, pengguna YouTube di Indonesia mencapai 2.291 juta pengguna atau posisi ke-dua pengguna terbanyak setelah facebook. Kepopuleran yang dimiliki YouTube saat ini menjadikan YouTube sebagai situs video *online* paling dominan di dunia. Faiqah, Fatty dkk, memperkirakan setiap 20 jam durasi sebuah video di *upload* ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar penonton setiap hari (Faiqah, Fatty dkk, 2016:260).

YouTube menjadi berbagai macam kebutuhan bagi penggunanya, fitur yang tersedia sangat membantu dari berbagai macam aspek kebutuhan. Mulai dari sebagai wadah kreatifitas dan memberikan hiburan serta edukasi hingga dapat mendatangkan penghasilan tambahan bagi pada produsen video. Terdapat beberapa fitur yang tersedia di YouTube diantaranya:

1. Saluran (*channel*), fitur ini digunakan pengguna untuk dapat menerbitkan video yang telah mereka produksi. Saluran digunakan sebagai akun identitas bagi masing-masing pengguna.
2. Berlangganan (*Subscribe*), fitur ini digunakan penggunanya untuk dapat berlangganan pada saluran tertentu. Dengan berlangganan pada sebuah saluran tertentu maka pengguna dapat menerima notifikasi apabila saluran tersebut menerbitkan video terbaru.
3. Suka (*Like*), pengguna dapat menyukai video yang mereka tonton dan membantu video tersebut untuk naik dalam trending yang dapat direkomendasikan kepada pengguna lainnya.
4. Komentar (*Comment*), fitur komentar digunakan untuk dapat melakukan komunikasi secara dua arah dengan memberikan pujian, kritik, saran maupun masukan.

2.6 Etika di Media Sosial (Netiket/Netiquette)

Manusia diciptakan sebagai makhluk sebaik baiknya dengan keistimewaan dibandingkan dengan makhluk lain yang ada di bumi ini yaitu dengan

kemampuan untuk berfikir menggunakan akal. Keistimewaan inilah manusia memiliki kesadaran akan kehadiran dirinya, orang lain, perilaku dan tindakannya. Kemampuan berfikir yang dimiliki manusia digunakan untuk berpikir dan menyesuaikan apa tindakan yang harus diperbuat dalam sebuah situasi agar terciptanya kehidupan yang harmonis atau sebaliknya. Dalam kehidupan kita hal yang dinilai baik atau buruk disebut dengan etika.

Etika adalah adat, kebiasaan atau perilaku manusia yang dianggap atau dinilai baik atau buruk dalam masyarakat. Etika adalah perbuatan manusia berdasar akal pikiran yang dianggap baik atau buruk atau ilmu yang memeriksa mana perbuatan baik dan yang buruk. Menurut Ashadi Siregar etika merupakan sebuah pilihan moral untuk menghadapi kenyataan secara substansial, yaitu bagaimana seorang mendefinisikan perilaku dalam interaksi sosial (Siregar, 2006:73). Zulkarimein Nasution berpendapat, etika adalah sebuah filosofi untuk berperilaku agar dapat diterima di tengah orang-orang (Nasution, 2015:23).

Etika komunikasi adalah sebuah adab perilaku yang memperhatikan bagaimana baik dan buruknya cara manusia berkomunikasi dengan sesama. Manusia yang dasarnya merupakan makhluk sosial membutuhkan sebuah pedoman dalam menjaga perilaku dan interaksi antar pengguna agar tidak timbul pelanggaran sosial yang dapat menimbulkan kekacauan sosial kelak. Etika berkaitan dengan sikap, perilaku, dan kebiasaan baik seseorang dalam menjalani hidup antar sesama maupun diri sendiri. Etika mempertanyakan bagaimana seorang individu untuk berbuat pada sebuah situasi tertentu atau apa yang harus dilakukan dalam sebuah aktivitas ataupun profesi.

Etika atau tata sopan santun yang baik dalam suatu daerah belum tentu dianggap baik juga di daerah lainnya dengan kata lain etika bersifat relatif karena kesepakatan dalam sebuah masyarakat tertentu yang menjadi norma dan aturan ditempat mereka untuk mengatur perilaku anggota masyarakat dalam suatu daerah. Etika hanya ada atau berlaku jika terdapat individu/orang yang hadir, jika tidak ada yang hadir maka etiket juga tidak berlaku.

Jaringan internet yang semakin luas dan mudah didapatkan mendorong masyarakat saat ini untuk semakin aktif dalam menggunakan media sosial. Pengguna media baru tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat langsung memberikan respon / *feedback* atas informasi apa yang diterima, selain itu dalam media sosial komunikasi juga dapat berperan sebagai produsen komunikasi yaitu dengan membagikan pesan yang telah diterima kepada pengguna lainnya. Kebebasan dalam melakukan interaksi dan komunikasi dalam inilah harus dilandasi dengan aturan dan etika yang telah ada guna terciptanya keharmonisan dalam bermedia melalui internet. Dengan begitu terdapat beberapa unsur-unsur etika yang perlu diperhatikan dalam melakukan komunikasi dan interaksi di media sosial diantaranya yaitu (Surniandari, 2017 :141):

1. Kesopanan

Sopan bukanlah sebuah hal yang ditampilkan atau diterapkan hanya dalam kegiatan, tingkah laku, atau interaksi secara langsung. Dalam bermedia sosial dan melakukan komunikasi yang memanfaatkan teknologi yang interaksinya secara tidak langsung juga harus memerhatikan etika kesopanan. Komunikasi yang dilakukan hendaknya memerhatikan penggunaan kata yang dipilih harus kata yang baik, tidak kasar, ambigu, mengundang emosi, dan tidak bersifat menyudutkan pihak tertentu.

2. Makna kalimat

Komunikasi yang dilakukan dalam media sosial dapat sangat rentan dengan terjadinya miscommunication yaitu perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan. Penggunaan kata dan tanda baca yang tepat harus sangat diperhatikan dalam melakukan komunikasi secara tidak langsung. Contohnya, kalimat pertanyaan akan menjadi sebuah kalimat pernyataan apabila kita tidak menggunakan tanda tanya (?), dan kalimat yang tidak menggunakan tanda koma akan menimbulkan persepsi yang berbeda bagi masing-masing pembaca.

3. Dampak bagi pembaca

Dalam melakukan komunikasi dalam media kita juga sangat perlu memperhatikan dampak yang ditimbulkan dari ujaran yang kita berikan.

Ujaran yang diberikan hendaknya merupakan ujaran yang baik yang tidak menimbulkan persepsi negatif, tidak merugikan orang lain atau menyudutkan orang lain. Ujaran yang tidak memperhatikan dampak yang ditimbulkan hanya akan menambahkan masalah lebih luas lagi karena dapat dibaca oleh pengguna lain yang tidak tahu menahu akan masalah tersebut dalam media sosial.

Netiket atau *netiquette* adalah etika di internet. Dalam berinternet juga terdapat etika layaknya etika di “dunia nyata” atau dalam kehidupan kita sehari-hari yaitu berkomunikasi dan berinteraksi menggunakan bahasa yang baik dan sopan, ramah dan jelas (tidak ambigu). Etiket merupakan sebuah kode etik atau aturan yang harus diterapkan dalam berperilaku di ruang digital atau internet (Irwansyah & Moniaga 2014 : 33).

Netiket mengatur bagaimana pengguna internet melakukan aktivitas dan berinteraksi dalam dunia digital agar tidak melanggar nilai, norma dan hukum yang berlaku agar tidak terjadinya kerugian pada pihak tertentu. Jadi dapat disebutkan bahwa netiket adalah etika atau adab sopan santun dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui jaringan internet atau dunia maya yang merupakan sebuah kode sosial dan moral yang harus dipatuhi oleh seluruh pengguna. Terdapat beberapa aturan yang ada dalam *Netiquette* diantaranya (Surniandari 2017: 138):

1. Menghargai pengguna lain dengan menggunakan bahasa yang sopan dan santun, tidak melakukan tindakan atau perkataan yang menyinggung, bersifat provokasi, kasar dan ambigu.
2. Menggunakan antivirus atau *firewall* untuk mengamankan jaringan dari gangguan virus *malware*.
3. Tidak melakukan plagiarisme atau penjiplakan dari karya orang lain.
4. Tidak melakukan kejahatan *online* seperti pencurian dan penipuan data.
5. Menghargai privasi orang lain.

2.7 Pelanggaran Etika di Media Sosial (Netiket)

Saat ini media sosial merupakan salah satu alat / media komunikasi yang penting bagi kita. Media sosial dinilai efisien dan memiliki kelebihan yang besar dibandingkan media lainnya. Namun dibalik segi positif ternyata penggunaan media sosial memiliki sisi negatif, hal ini dapat dilihat dari pengabaian etika serta lemahnya kontrol yang dapat dilakukan. Contoh pelanggaran yang sering kita temukan dalam menggunakan media sosial beberapa diantaranya, yaitu penyebaran *hoax*, *hatespeech*, *cyberbullying*, *flaming*, sarkasme dan lainnya. Motif dari pelanggaran ini dapat bermacam-macam, dari sekedar iseng, kurangnya edukasi, terprofokasi, hingga dengan sengaja untuk menghancurkan citra baik seseorang. Konten yang disebar dalam media sosial saat ini pun semakin mengkhawatirkan, maraknya konten pornografi, kekerasan, postingan profokator dan masih banyak lainnya.

Konsep etika media sosial menurut Thurlow adalah Netiket merupakan sebuah pembenaran atas norma yang secara filosofi digunakan sebagai pedoman dan panduan standar dalam proses komunikasi di ruang internet atau sebuah etika berperilaku sosial di internet, yaitu (Timur, 2018: 18-19):

1. Etika berkomunikasi

Dalam melakukan komunikasi di ruang digital seringkali ditemukan pengabaian etika komunikasi. Seperti contohnya banyak sekali ditemukan ujaran kata kasar, sarkasme, sindiran, dan hinaan di kolom komentar baik disengaja maupun tidak.

2. *Copy – Paste* dan hak cipta

Pengambilan atau penjiplakan konten tanpa menuliskan sumber atau hak cipta. Dalam hal ini sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.

3. Perundungan *online* (*Cyberbullying*)

Perundungan secara *online* atau tindakan negatif untuk menyudutkan secara terus menerus yang menyebabkan korban terluka secara mental maupun fisik. Tindakan *bully* yang dilakukan di dalam dunia *virtual* dapat berupa perbuatan fitnah, diskriminasi, menghina, menyinggung,

mengungkapkan informasi privasi untuk mempermalukan (Williard dalam Nasrullah, 2015 : 188).

4. Penyebaran berita bohong

Penyebaran berita bohong (*Hoax*) merupakan sebuah efek negatif dari bebasnya berbicara di internet. Penyebaran berita bohong ini biasanya memuat informasi yang tidak jelas sumbernya dan tanpa tanggung jawab.

5. Konten illegal

Tindakan memasukkan data atau informasi yang tidak etis, melawan hukum dan melanggar ketertiban berinternet.

6. Pornografi

Membagikan konten yang mengandung susila atau tidak senonoh baik berupa audio, teks, maupun audio visual.

Dalam kasus yang diangkat oleh peneliti yaitu, pelanggaran etika di kolom komentar media sosial YouTube pada *channel* akun milik Ricis *Official* maka yang masuk dalam kategori diatas adalah kategori *cyberbullying* (perundungan *online*).

2.8 Cyberbullying

Bullying atau perundungan adalah tindakan agresif yang dilakukan oleh sekelompok orang maupun individu secara terus menerus. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, perilaku *bullying* ini tidak hanya bisa kita temukan secara langsung tetapi juga bisa kita temukan melalui internet sekalipun, perbuatan dan tindakan negatif tersebut disebut dengan *cyberbullying*.

Cyberbullying adalah bentuk kekerasan yang dialami oleh seseorang melalui dunia siber / *virtual* dimana kekerasan tersebut berupa pelontaran ujaran kasar, ejekan, hinaan, intimidasi dan mempermalukan diruang publik dalam dunia *virtual* yang akan mempengaruhi kesehatan fisik maupun mental korban. William, *direktur Center for Safe and Responsible Internet Use* di Amerika menuturkan bahwa *cyberbullying* adalah perbuatan fitnah, penghinaan, diskriminasi, penyebaran informasi yang bersifat privasi dengan

tujuan untuk membuat malu korban atau dengan komentar yang menyinggung dan menghina secara vulgar (Nasrullah, 2015 : 188). Menurut Smith, dkk, *Cyberbullying* adalah perilaku agresif yang intensional yang dilakukan sebuah kelompok maupun individu yang secara berulang untuk menyerang korban yang tidak dapat melindungi dirinya sendiri melalui media elektronik (Widyawanti, 2017:4).

Istilah *cyberbullying* ini merujuk pada penggunaan teknologi informasi dimana seseorang dengan sengaja mengirim pesan yang bersifat mengintimidasi ataupun mengancam. *Bullying* yang dilakukan secara *virtual* ini menjadi lebih mudah dilakukan dan cenderung memberikan rasa aman bagi para pelaku karena dalam dunia *virtual* memungkinkan seorang pelaku menggunakan identitas palsu ataupun dengan perilaku anonim sehingga pengguna lain tidak akan mengetahui identitas aslinya (Nasrullah, 2015 : 189). Istilah *cyberbullying* telah ditambahkan dalam kamus OED (*Oxford English Dictionary*) pada tahun 2010.

Adapun beberapa metode dari tindakan *cyberbullying*, yaitu diantaranya *direct attacks* yaitu pesan yang dikirimkan langsung kepada korban, *post and public attacks* yang secara sengaja dilakukan untuk mempermalukan korban korban dengan memposting dan menyebarkan informasi maupun gambar-gambar yang memalukan ke publik, sedangkan *cyberbullying by proxy* yaitu dengan memanfaatkan dan mengajak orang lain untuk membantu mengganggu korban, baik dengan sepengetahuan orang tersebut maupun tidak. Terdapat kategori umum *cyberbullying* yang dikutip dari buku *Celebrate Your Wierdness* (Herry, 2014 : 8-10), yaitu:

1. *Flaming*

Sebuah tindakan atau perbuatan profokasi, mengejek, menghina ataupun menyinggung orang lain. *flaming* dapat juga berarti mempengaruhi sehingga terjadinya perdebatan. Dalam kategori ini segala bentuk perbuatan berupa provokasi, penghinaan, mengejek, sehingga menyinggung orang lain dalam media digital.

2. *Online Harassment*

Mengirimkan pesan atau meneror pihak tertentu dengan pesan yang menyakiti melalui media *online*. Dalam kategori ini ditunjukkan dalam perbuatan berupa menulis komentar dengan tujuan menimbulkan keresahan atau kegelisahan kepada korban dan juga mengandung kalimat hasutan agar orang lain melakukan hal yang sama.

3. *Outing*

Mengirimkan data pribadi seperti foto, video, ataupun pesan text kepada korban dengan tujuan untuk mengolok-olok. Dalam kategori ini ditunjukkan pada perbuatan menyebarkan rahasia orang lain dengan tujuan membuat malu korban.

4. *Dinegration*

Memfitnah atau mengirim pesan yang tidak benar secara kejam tentang korban kepada orang lain secara *online*. Dalam kategori ini ditunjukkan pada perbuatan mengirimkan komentar yang bersifat opini dan dapat mencemari nama baik korban.

5. *Masquerade*

Tindakan yang mengganggu orang lain namun menggunakan identitas palsu di dalam media sosial sehingga korban tidak mengetahui identitas pelaku.

2.9 *Computer Mediated Communication Theory*

Perkembangan teknologi saat ini menciptakan kecanggihan teknologi media baru yang lebih lagi, teknologi media dan teknologi telekomunikasi yang diseimbangkan dengan teknologi komputer dan jaringan internet menjadikan manusia di era ini dapat memanfaatkan waktunya dengan seefisien mungkin. Dengan begitu perubahan secara besar-besaran tentu saja tidak dapat terhindar yang tentu saja mempengaruhi perilaku dan industri komunikasi. John Wicklen mengatakan, seluruh mode komunikasi telah mengalami perubahan visi sejak muncul dan menyatunya sistem elektronik dengan teknologi komputer dan telekomunikasi (Suparno,dkk, 2012:86).

Hubungan teknologi dan masyarakat sudah saling terbentuk dan memberikan karakteristik. Secara garis besar teknologi dan jaringan internet membawa dampak baik dan buruk tergantung dengan pemanfaatannya. Komunikasi yang dilakukan melalui komputer dengan komunikasi lain seperti komunikasi kelompok, interpersonal, antarpersonal, organisasi, massa dan lainnya berbeda. Teori yang menjelaskan mengenai komunikasi yang dilakukan melalui komputer yaitu CMC (*Computer Mediated Communication Theory*). Teori CMC merupakan sebuah bentuk dalam berkomunikasi yang baru yang dapat dikatakan sebagai era baru perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi.

Teori CMC didefinisikan oleh Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari seringkali terdapat batasan-batasan yang tidak tampak dengan bentuk komunikasi yang bermediasi dan bentuk komunikasi yang di inediasi (Wood & Smith, 2005:4). Ben H. Bagdikian menyebutkan bahwa teknologi internet merupakan unsur utama dalam bentuk CMC namun posisi yang dijelaskan belum pasti sebagai media massa atau tidak (Bagdikian, 2004:56). Pada satu sisi internet tidak terkontrol secara pusat apakah internet disebarkan secara publik untuk kepentingan umum. Disisi lain bentuk komunikasi CMC mendemonstrasikan efek media massa dalam pemberitaannya, informasi dan efeknya bagi masyarakat luas.

Dengan kecanggihan komputer yang semakin maju yang dapat digunakan untuk memperluas interaksi antar manusia dapat dikatakan bahwa hubungan antar individu lebih dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dibanding dengan teknologi lainnya. Komunikasi yang dikatakan sebagai kategori CMC adalah ketika dua individu atau lebih yang melakukan komunikasi atau bertukar informasi menggunakan media komputer berjaringan internet. Contohnya, mengirim pesan melalui media sosial, *smartphone*, membagikan gambar, lagu, video dan lainnya.

Meskipun komunikasi yang dilakukan melalui CMC dengan antarpribadi memiliki perbedaan yang sangat signifikan namun ada beberapa aspek yang

membuat mirip dengan komunikasi antarpribadi yaitu anggota diskusi atau komunikasi dan masing-masing partisipan dalam komunikasi tersebut dapat mendapatkan dan melakukan timbal balik / *feedback* segera setelah menyesuaikan pesan secara cepat berdasar timbal balik tersebut. Meskipun masyarakat *virtual* yang menggunakan teknologi komputer dan internet dalam ruang *virtual* untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lainnya, namun konsep interaksi masyarakat *virtual* sendiri tetaplah memiliki model yang menyerupai komunikasi secara nyata.

Stolterman, Per-Olof, & Croon menyebutkan konsep *virtual* merupakan sebuah evolusi dari suatu kelompok yang menggunakan teknologi internet untuk dapat terhubung satu sama lainnya (Wicaksono & Irwansyah, 2017:35). Dengan begitu karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi *virtual* yang tidak jauh dengan komunikasi secara nyata pada umumnya. Salah satu perilaku dan karakteristik yang paling membedakan dikarenakan interaksi yang dilakukan secara *virtual* adalah perilaku anonim dalam masyarakat *virtual* perilaku anonim sering kali ditemukan, hal ini dapat dilihat dari penggunaan akun yang identitasnya tertutup atau bahkan tidak dapat teridentifikasi sama sekali. Perilaku inilah yang ingin peneliti teliti dengan menggunakan teori pendukung dari teori CMC ini yaitu *The Social Identity Model of Deindividuation Effects* yang akan peneliti analisis dari komentar pada sebuah akun YouTube.

2.10 *The Social Identity Model of Deindividuation Effects*

The Social Identity Model of Deindividuation Effects atau SIDE adalah teori yang menjelaskan bagaimana perilaku seseorang atau sekelompok orang yang dipengaruhi oleh identitas atau anonimitas. SIDE menjelaskan bagaimana sebuah perilaku kelompok dipengaruhi oleh *identifiability* dan anonimitas dan merupakan teori yang paling dominan dalam CMC. (Walther, 2010:450).

Teori awal yang mendukung berkembangnya teori deindividuasi saat ini adalah konsep “*crowd behavior*” yang disampaikan oleh Gustave Le Bon bahwa sebuah fenomena berkumpulnya individu dalam suatu kelompok dapat

menyebabkan terjadinya kurangnya kesadaran identitas diri dan mengalami perubahan perilaku yang berbeda. Perubahan perilaku yang terjadi akan menyesuaikan dengan norma yang dianut dalam kelompok tersebut (Wicaksono & Irwansyah, 2017:36).

Selanjutnya teori Le Bon ini mulai berkembang dengan munculnya istilah *deindividuasi* yang dipublikasi oleh Festinger, Pepitone dan Newcomb dalam sebuah penelitiannya “*Some Consequences of Deindividuation in a Group*” di tahun 1952 yang menandakan mulai berkembangnya teori modern tentang deindividuasi. Istilah deindividuasi ini dinilai sebagai sebuah penyempurnaan teori oleh Le Bon sebelumnya yaitu “*Crowd Behavior*”.

Teori mengenai deindividuasi semakin berkembang dan dikaji lebih lanjut, salah satu pandangan mengenai teori deindividuasi yang cukup terkenal ini berasal dari Philip George Zimbardo, dimana menurutnya proses deindividuasi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam kelompok itu sendiri, yaitu jumlah besar atau kecilnya kelompok, *anonimity*, rasa saling memiliki dan *euphoria* yang timbul dalam kelompok itu.

Pandangan lain mengenai fenomena deindividuasi selanjutnya dikemukakan oleh Diener yang merupakan salah satu ahli di bidang psikologi sosial. Menurut Diener fenomena deindividuasi ini merupakan sebuah proses internal yang cenderung dipengaruhi faktor situasional. Diener menyebutkan bahwa proses deindividuasi dapat terjadi jika seseorang dapat menjauhkan diri dari “*self-regulation*” dan “*self-awareness*” yang sudah melekat pada identitasnya sendiri, dalam hal ini penelitian yang dilakukan difokuskan pada identitas kelompok.

Fenomena dan teori yang dikemukakan oleh Le Bon dan Diener selanjutnya menimbulkan generasi teori deindividuasi lainnya yang disebut dengan teori SIDE (*Social Identity of Deindividuation Effect*). Teori SIDE ini muncul sebagai sebuah respon terhadap keberadaan teori deindividuasi yang berprinsip bahwa seseorang yang berada didalam situasi berkerumun akan berperilaku kurang rasional dikarenakan oleh rendahnya kesadaran seseorang

terhadap identitas diri mereka. Diener menyebutkan model SIDE adalah fenomena deindividuasi dalam kelompok. Sedangkan Zimbardo menyebutkan bahwa keadaan psikologis yang diakibatkan dari kehilangan identitas dan penurunan kesadaran diri yang mempengaruhi kurangnya kesadaran akan norma dan standar sosial.

Teori SIDE menggunakan paham *social identity* dimana seseorang yang tergabung dalam sebuah kelompok akan memiliki identitas X yang memiliki kaitan yang erat dengan identitas kelompok lainnya (Fellpe Villanova, 2017). Teori SIDE juga merupakan sebuah respon dari penelitian awal mengenai efek CMC yang lebih menekankan keterbatasan dari CMC dibandingkan dengan komunikasi tatap muka dari media komunikasi dengan pembatasan melalui isyarat sosial. Teori SIDE menurut Chang diklasifikasikan kedalam 2 jenis, yaitu (Wicaksono & Irwansyah, 2017:37):

1. *Strategic SIDE*

SIDE jenis *strategic* didefinisikan sebagai sebuah dampak yang timbul dari perilaku deindividuasi sebuah kelompok yang dapat membangun kekuatan identitasnya terhadap kelompok lain.

2. *Cognitive SIDE*

Cognitive SIDE digambarkan sebagai teridentifikasi masing-masing individu pada sebuah kelompok baik itu beridentitas maupun yang bersifat anonim.

Berdasarkan kedua jenis teori SIDE menurut Chang yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini masuk dalam kategori *cognitive SIDE* yaitu dimana *cyberbullying* ini merupakan sebuah dampak yang timbul dari perilaku anonimitas yang ada dalam komunikasi melalui media digital.

Dalam teori SIDE dikenal dengan sebuah istilah *anonymity* dimana perilaku anonim akan menyebabkan seseorang memiliki dorongan untuk bergabung ke kelompok tersebut. Perilaku anonim dalam sebuah kelompok dapat mendorong seseorang menyesuaikan nilai yang dianut dengan nilai yang dianut sebuah kelompok tersebut. Kajian melalui teori SIDE lebih

memfokuskan kepada bagaimana *anonimity* memberikan dampak sosial jika kelompok tersebut berpengaruh pada lingkungan (Wicaksono & Irwansyah, 2017 : 38).

Beberapa penelitian telah mengaitkan perilaku anonim sebagai penyebab timbulnya dampak buruk dalam berinteraksi dan berkomunikasi di internet. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Douglas dan McGarty yang menarik kesimpulan mengenai dampak anonimalitas dalam dunia maya dimana dalam penelitiannya menggambarkan pengguna akun anonim akan memiliki peluang yang besar dalam melayangkan ujaran kata kasar dan emosional. Selain itu penelitian yang dilakukan Chiou menyebutkan bahwa pengguna internet yang memiliki perilaku anonim cenderung akan lebih mudah dalam melakukan pelecehan di internet dan penyebaran pornografi terhadap sesama pengguna internet (Wicaksono & Irwansyah, 2017:38). Hal ini membuktikan bahwa perilaku anonimalitas merupakan sebuah peluang atau kesempatan bagi penggunanya untuk melakukan pelanggaran etika dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama pengguna internet di ruang digital.

Perilaku anonim yang ada dalam teori SIDE seperti yang dijelaskan oleh Omernick dan Sood dalam penelitiannya yang berjudul *The Impact of Anonimity in Online Communities* yang menampilkan partisipasi pengguna facebook yang memiliki identitas asli dan identitas anonim memberikan gambaran perbedaan, yaitu secara psikologi akun yang menggunakan identitas anonim cenderung memiliki interaksi yang negatif. Sedangkan akun yang memiliki identitas asli memiliki interaksi yang positif dalam menggunakan media facebook (Wicaksono & Irwansyah, 2017:39). Perilaku anonim dalam suatu kelompok akan lebih sulit untuk diidentifikasi sehingga lebih rentan dalam melakukan hal yang negatif. Kabay mengatakan terdapat 4 aspek anonimitas yang terdiri dari (Sari, 2016 : 53-54):

- a. Anonimitas yang tidak terlacak (*Untraceable Anonimity*): suatu keadaan atau kondisi dimana seseorang membuat identitas palsu dan sering berganti identitas sehingga sulit dikenali dan dilacak.

- b. Anonimitas yang terlacak (*Traceable Anonymity*): suatu keadaan atau kondisi dimana seseorang menggunakan nama aslinya ketika mengisi identitasnya di internet dengan tujuan yang positif
- c. Nama samara yang tidak terlacak (*Untraceable Pseudonymity*): suatu kondisi atau keadaan dimana seseorang menggunakan atribut nama yang aneh namun hal ini tidak menggambarkan tentang dirinya
- d. Nama samaran yang terlacak (*Traceable Pseudonymity*): suatu kondisi atau keadaan dimana seseorang menggunakan atribut nama yang mencerminkan dirinya

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian analisis isi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam pendekatan analisis deskriptif peninjauan digunakan untuk mengetahui secara detail sebuah pesan tertentu. Penelitian analisis deskriptif tidak menggunakan hipotesis tertentu untuk menguji hubungan antar variabel untuk dapat menghasilkan sebuah data, tetapi semata-mata untuk menggambarkan aspek-aspek sebuah pesan (Eriyanto,2011: 47).

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti menggunakan metode analisis isi. Analisis isi adalah sebuah metode yang digunakan dalam penelitian guna mempelajari dan menarik sebuah kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen. Dengan kata lain, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik sebuah pesan dan perkembangan isi. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode analisis isi aliran transmisi untuk mengukur dan menghitung aspek atau dimensi dalam sebuah konten. Dalam praktiknya, aliran transmisi ini memunculkan teknik analisis isi yang disebut analisis isi kuantitatif (*Quantitative Content Analysis*) (Eriyanto, 2011 : 4).

3.3 Analisis Isi Kuantitatif

Metode analisis isi kuantitatif adalah sebuah bentuk teknik penelitian ilmiah yang dipakai untuk menganalisis atau meninjau secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak dan digunakan untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi / konten. Metode ini ditujukan untuk mengetahui

atau mengidentifikasi secara sistematis sebuah isi pesan yang tampak (*manifest*), serta dilakukan secara valid, objektif, reliable, dan dapat direplikasi (Eriyanto,2011:15). Dalam hal ini penelitian ini dilakukan semata-mata untuk mendapatkan aspek-aspek, karakteristik, gambaran sebuah isi pesan (text) tertentu sehingga desain penelitian analisis isi yang dipakai merupakan analisis isi deskriptif.

3.4 Definisi Konseptual

Definisi konsep adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga akan memudahkan peneliti untuk mengoperasionalkan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun, 2006:46). Definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media sosial

Media sosial adalah perangkat lunak yang terhubung melalui jaringan internet secara *virtual* yang memungkinkan individu atau komunitas berkumpul di ruang digital. Media sosial merupakan media atau sarana berbasis internet yang menghubungkan individu untuk saling berinteraksi berpartisipasi dan beraktivitas dalam ruang digital tanpa batasan ruang waktu maupun jarak.

Terdapat banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini baik sebagai media komunikasi maupun interaksi. Hadirnya media sosial yang baru dan menarik menjadikan media sosial merupakan salah satu aspek penting bagi masyarakat era ini, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Whatsapp dan lain lain.

2. Pelanggaran etika di media sosial (Netiket)

Netiket mengatur bagaimana pengguna internet melakukan aktivitas dan berinteraksi dalam dunia digital agar tidak melanggar nilai, norma dan hukum yang berlaku agar tidak terjadinya kerugian pada pihak tertentu. Jadi dapat disebutkan bahwa netiket adalah etika atau adab sopan santun dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui jaringan internet atau dunia

maya yang merupakan sebuah kode sosial dan moral yang harus dipatuhi oleh seluruh pengguna.

Namun dibalik segi positif ternyata penggunaan media sosial memiliki dampak negatif dilihat dari pengabaian etika serta lemahnya kontrol yang dapat dilakukan. Contoh pelanggaran yang sering kita temukan dalam menggunakan media sosial beberapa diantaranya, yaitu penyebaran *hoax*, *hatespeech*, *cyberbullying*, *flaming*, sarkasme dan lainnya. Motif dari pelanggaran ini dapat bermacam-macam, dari sekedar iseng, kurangnya edukasi, terprofokasi, hingga dengan sengaja untuk menghancurkan citra baik seseorang.

3. *Computer Mediated Communication Theory*

Teori yang menjelaskan mengenai komunikasi yang dilakukan melalui komputer yaitu CMC (*Computer Mediated Communication Theory*). Teori CMC merupakan sebuah bentuk dalam berkomunikasi yang baru yang dapat dikatakan sebagai era baru perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi.

4. *The Social Identity Model of Deindividuation Effects*

SIDE atau *The Social Identity Model of Deindividuation Effects* adalah teori yang menjelaskan bagaimana perilaku seseorang atau sekelompok orang yang dipengaruhi oleh identitas atau anonimitas. SIDE menjelaskan bagaimana sebuah perilaku kelompok dipengaruhi oleh *identifiability* dan anonimitas dan merupakan teori yang paling dominan dalam CMC (Walther, 2010 : 450).

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah keseluruhan dari subyek/obyek penelitian. Menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari: obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya (Sugiono, 2015 : 117). Arikunto berpendapat bahwa populasi merupakan objek yang keseluruhan digunakan untuk penelitian (Nurdin, 2019 : 91).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah komentar negatif dalam video YouTube Ricis *Official* “Rumah Baru Papa” yang diambil per-tanggal 16 Juli 2021 telah dikomentari sebanyak 45.667 komentar. Dalam komentar pada video tersebut ditemukan beberapa jenis komentar diantaranya adalah komentar negatif yang mengandung *cyberbullying*. Maka yang akan diambil sebagai sampel adalah komentar negatif yang ada dalam video “Rumah Baru Papa”. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 45.667 komentar per-tanggal 16 Juli 2021.

3.5.2 Sampel

Menurut Notoatmodjo sampel adalah objek yang diambil sebagian dari keseluruhan yang dianggap mewakili seluruh populasi (Nurdin, 2019 : 91). Sugiyono menyampaikan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel dapat diartikan sebagian dari populasi yang dianggap mewakili keseluruhan populasi untuk dijadikan sumber data (Sugiyono, 2015 : 118). Agar mendapatkan hasil yang akurat sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yang dalam hal ini merupakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria tertentu sebagai pertimbangan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang representatif. Teknik *Purposive Sampling* ini digunakan dalam penelitian yang tidak melakukan generalisasi dan sesuai dengan metode kuantitatif.

Kriteria sampel yang ditentukan dalam penelitian ini untuk dapat dijadikan sampel adalah:

- a. Komentar yang ada dalam video “Rumah Baru Papa” milik Ricis *Official*.
- b. Merupakan komentar negatif yang mengandung kalimat *cyberbullying*.

Penentuan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin (Riyanto, 2021 : 12-13) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : derajat ketetapan

Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} n &= \frac{45.667}{1 + 45.667 (0,1)^2} \\ &= \frac{45.667}{1 + 45.667 (0,01)} \\ &= \frac{45.667}{456,68} = 99,99 \end{aligned}$$

Maka dari total populasi yang diambil sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 komentar diambil secara manual atau satu persatu sesuai kriteria yang telah ditentukan.

3.6 Unit Analisis

Hamidi menyebutkan bahwa unit analisis merupakan satuan yang diteliti dimana subjek yang diteliti tersebut dapat berupa individu, kelompok, satuan latar peristiwa sosial seperti aktivitas sebuah individu atau kelompok (Hamidi, 2005:75-76). Unit analisis pada tabel dibawah ini digunakan peneliti sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini dan diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat menggambarkan bagaimana pesan *cyberbullying* pada kolom komentar YouTube *channel Ricis Official*.

Tabel 2. Tabel unit analisis penelitian

Dimensi	Kategori	Sub Kategori
Kolom komentar <i>channel</i> YouTube Ricis <i>Official</i> pada video “Rumah Baru Papa”	1. Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • Pria • Wanita • Tidak jelas
	2. Anonimitas	<ul style="list-style-type: none"> • Anonimitas terlacak • Anonimitas tidak terlacak • Nama samaran terlacak • Nama samaran tidak terlacak
	3. Pelanggaran etika komunikasi <i>cyberbullying</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Flaming</i> • <i>Online harassment</i> • <i>Outing</i> • <i>Dinegration</i> • <i>Masquerade</i>

Sumber : diolah oleh peneliti 2022

1. Jenis kelamin, artinya yaitu perbedaan secara biologis antar pria dan wanita, kategori tidak jelas apabila tidak dapat diidentifikasi pria atau wanita.
2. Anonimitas, artinya apakah identitas pelaku dapat terlihat jelas dan dapat diketahui. Pada kategori ini referensi diambil dari penelitian sebelumnya oleh Kabay (Sari, 2016:53-54) dengan aspek yang terdiri dari anonimitas terlacak, anonimitas tidak terlacak, nama samaran yang terlacak, dan nama samaran yang tidak terlacak.
3. Pelanggaran etika komunikasi *cyberbullying*, dalam hal ini peneliti menggunakan kategori *cyberbulling* yang diambil dari buku *Celebrate Your Wierdness* (Herry, 2014 : 8-10), yaitu *flaming*, *online harassment*, *outing*, *dinegration*, dan *masquerade*.

3.7 Sumber Data

Data adalah sekumpulan fakta yang dapat diolah, dibuat dan dianalisis. Suharsimi Arikunto menyebutkan, dalam penelitian data adalah sebuah fakta berupa angka yang dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi (Nurdin, 2019:171).

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data terbagi menjadi dua yakni:

a. Data Primer

Data yang didapatkan, dikumpulkan dan diperoleh peneliti dari tangan pertama langsung dari subjek penelitian dengan pengukuran data secara langsung pada subjek data yang dicari (Saifuddin Azwar, 2001: 91).

Data primer ini akan peneliti ambil dari observasi dan dokumentasi komentar dalam video YouTube Ricis *Official* pada video “Rumah Baru Papa..”.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan peneliti dari sumber yang sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi, laporan, dan buku-buku yang berkaitan dengan materi yang peneliti angkat.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi fakta yang akurat, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan, dimana peneliti akan mengamati objek tertentu guna mendapatkan data yang dicari. Menurut Sutrisno Hadi observasi merupakan proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2015:203). Dalam penelitian ini peneliti akan mengobservasi komentar-komentar yang ada dalam *channel Ricis Official*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi diarahkan untuk memperoleh data dari langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan dengan penelitian (Nurdin, 2019:201). Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil dokumentasi berupa gambar-gambar dari komentar yang peneliti rasa perlu.

3.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah data yang dikumpulkan dalam penelitian reliabel atau tidak. Instrumen reliabel adalah instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur sebuah objek yang sama akan tetap menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015:173). Uji reliabilitas yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah jenis antar-coder. Peneliti akan meminta 2 orang yang dipilih untuk menjadi *coder* terlepas dari peneliti sendiri, yang kemudian 2 orang *coder* tersebut akan bertindak sebagai pembanding / hakim. Peneliti akan memberikan lembar coding dan menjelaskan bagaimana cara mengisinya yang kemudian akan diisi dengan komentar-komentar dalam *channel* YouTube milik Ricis *Official* dalam video yang telah ditentukan. Hasil dari coding yang telah diisi oleh *coder* akan dibandingkan untuk melihat hasil berapakan jumlah persamaan dan perbedaan yang didapatkan.

Kriteria pemilihan *coder* adalah paling tidak seseorang yang memahami ilmu komunikasi dasar serta pernah mempelajari mengenai media dan adab etika bersosial media yang baik. Dalam hal ini kriteria menjadi *coder* adalah sebagai berikut:

1. Pengguna aktif media sosial internet dan sudah mengetahui mengenai *cyberbullying* yang dialami oleh Ricis *Official*.
2. Memahami mengenai media dan adab berperilaku di sosial media yang dalam hal ini diambil mahasiswa Ilmu Komunikasi
3. Tidak merupakan bagian dari pendukung maupun pembenci Ria Ricis
4. Memahami kategorisasi dan indikator yang telah peneliti buat
5. Bersedia menjadi *coder*

Berdasarkan kriteria diatas peneliti dalam penelitian ini akan bertindak sebagai *coder* 1 atau *coder* pertama, sementara *coder* 2 atau *coder* kedua yang dipilih sebagai hakim pembanding akan dilakukan oleh saudara Rifo Aziz Taufik alumni mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Peneliti akan menggunakan rumus Holsti dalam uji reliabilitas ini untuk dapat menghitung derajat reliabilitas dari alat ukur yang telah ditentukan.

Rumus Holsti :

$$CR = \frac{2(M)}{N1+N2}$$

Keterangan:

- CR : *Coefficient reliability* (reliabilitas antar-coder)
 M : Jumlah coding yang sama (disetujui oleh semua *coder*)
 N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder 1*
 N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder 2*

Dalam rumus Holsti angka minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, apabila hasil yang didapat dari perhitungan menghasilkan angka reliabilitas diatas 0,7 maka alat ukur tersebut benar-benar reliabel. Tetapi apabila angka yang dihasilkan sebaliknya, atau dibawah 0,7 berarti coding *sheet* ini bukanlah angka yang reliable (Eriyanto, 2011).

3.10 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan konsep analisis isi. Analisis isi deskriptif dimaksudkan untuk dapat menggambarkan secara detail sebuah pesan, konten, atau teks tertentu. Dalam hal ini analisis isi kuantitatif tidak ditujukan untuk menguji hipotesis tertentu ataupun menguji hubungan antar variabel. Moleong mendefinisikan analisis data sebagai proses untuk pengumpulan dan mengurutkan data kedalam sebuah pola, kategori, maupun satuan uraian sehingga tema dapat ditemukan dan dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data (Moleong, 2012 : 248).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode ini untuk mengkritisi isi komentar didalam *channel* YouTube yang sudah dipilih agar dapat menggambarkan secara detail pesan atau teks tertentu melalui pengolahan *coding*. Pengolahan *coding* dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif yaitu distribusi frekuensi. Hal ini dilakukan untuk dapat melihat porsi klasifikasi penilaian masing-masing kategori, unit analisis dan dimensi. Setelah melalui

proses *coding* komentar maka proses selanjutnya adalah melakukan rekap data yang selanjutnya hasil rekapan tersebut dapat dideskripsikan.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif hanya akan menggambarkan aspek dan karakteristik dari sebuah pesan. Data yang diperoleh peneliti dengan mencatat frekuensi kemunculan unit yang telah ditentukan dalam lembar *coding sheet*. Tahapan-tahapan dalam melakukan analisis data yakni sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data komentar-komentar dalam YouTube *channel* Ricis *Official* yang terpilih sebagai sampel
2. Data yang telah dikumpulkan kemudian diserahkan kepada masing-masing *coder* untuk dapat dikategorikan sesuai indikator yang telah ditentukan dalam bentuk lembar *coding sheet*
3. Mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah didapatkan untuk dapat memperoleh tujuan penelitian

Frekuensi yang dihitung dalam presentase dapat disebut frekuensi relatif. Untuk dapat memperoleh frekuensi relatif tersebut peneliti menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah data

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penyajian data dari hasil penelitian yang telah diuraikan serta hasil dari analisis data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Ditemukan bahwa dalam kolom komentar video “Rumah baru papa” pada kategori jenis kelamin cenderung dilakukan oleh pria yang memiliki jumlah 55 komentar, untuk kategori *cyberbullying* ditemukan kecenderungan pelontaran kalimat jenis *flaming* berjumlah 42 komentar dan kategori anonimitas kecenderungan ditemukan pada akun anonimitas tidak terlacak yaitu berjumlah 65 komentar dan nama samaran terlacak sebanyak 59 komentar.
2. Peneliti menganalisis isi pesan *cyberbullying* yang dilontarkan netizen kepada Ria Ricis berkaitan dengan konten yang telah ia unggah. Dimana terdapat pertentangan nilai yang ada dalam masyarakat berkaitan dengan konten video. Selain itu peneliti menganalisis perilaku anonimitas yang terjadi dalam komentar video “Rumah baru Papa” diakibatkan dari penggunaan media sosial YouTube yang bukan digunakan sebagai identitas diri melainkan hanya digunakan sebagai akun kepemilikan saja. Peneliti juga menemukan terdapat kecenderungan komentar yang menggunakan nama mereka secara jelas. Artinya, selain perilaku anonimitas ada faktor lain yang menyebabkan pelaku berani melakukan tindakan *cyberbullying*. Adanya keterpisahan jarak yang ada di internet dan kontrol diri serta kesadaran untuk dapat menerapkan etika dalam melakukan komunikasi di internet juga merupakan faktor penting dalam membangun hubungan yang harmonis dalam dunia digital.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memiliki beberapa saran untuk pembaca yang maupun peneliti lain yang diharapkan dapat bermanfaat bagi orang lain yang membaca penelitian ini :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teori yang lebih mendalam atau dengan menggunakan metode lainnya sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas lagi mengenai topik yang serupa. Dapat lebih baik lagi jika penelitian selanjutnya membahas mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan dari perilaku *cyberbullying* ataupun anonimitas sehingga penelitian yang dilakukan selanjutnya akan melengkapi penelitian yang dilakukan sebelumnya.
2. Perilaku *cyberbullying* merupakan tindakan agresif yang dapat menimbulkan dampak buruk yang fatal baik berupa fisik maupun mental bagi korbannya. Kebebasan berpendapat yang kita miliki sebagai keuntungan yang didapatkan dari kecanggihan teknologi informasi seharusnya bukan dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan tindakan *cyberbullying* dan tidak mengabaikan etika dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu lainnya di media internet. Maka dari itu sebaiknya kita lebih bijak dalam menggunakan media komunikasi khususnya dalam media sosial.
3. Bagi *public figure* disarankan sebaiknya lebih berhati-hati dalam membagikan atau menyampaikan sesuatu dan menghindari sesuatu yang bersifat kontroversial terlebih dalam media sosial untuk menghindari terjadinya *cyberbullying*, dikarenakan sebagai *public figure* pasti perilakunya menjadi contoh dan diperhatikan banyak orang. Untuk menghindari terjadinya *cyberbullying*

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto, 2011. "Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya". Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal. 15.
- Hamidati, A., & Junaedi, F. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi Dan Implikasi* (Cet. 1.). Mata Padi Pressindo.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM press.
- Irwansyah, E., & Moniaga, J. V. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Deepublish.
- McQuail, Denis. (2005). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- (2011). *Teori Komunikasi Massa, McQuail Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif (Cet. Ke-30.)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2015) *Media Sosial*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nasution, Zulkarimein (2015). *Etika Jurnalisme: Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rajawali Press Rianto.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartanti (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Penerbit Media Sahabat Cendekia
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartanti (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Penerbit Media Sahabat Cendekia

- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Edisi Revisi. Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, Prahastiwi. 2011. Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Aspikom : Yogyakarta
- Sundar, S. Shyam. 2015. *The Handbook of The Psychology of Communication Technology*. UK: John Wiley & Sons, Inc.
- Utari, Prahastiwi. 2011. Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Aspikom : Yogyakarta

Jurnal dan skripsi :

- Arnus, S. H. (2018). Computer Mediated Communication (CMC), pola baru berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275-289.
- Astari, D., Santosa, H. P., Naryoso, A., & Widagdo, M. B. (2015). Perilaku berinternet dan interaksi sosial remaja di Kota Semarang (Studi tentang *cyberbullying* di ask. fm). *Interaksi Online*, 4(1).
- Azwar, Saifuddin. 2001. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagdikian, Ben.H., 2004, *The New Media Monopoly*, Boston: Beacon Press
- Chairunnisa. (2018). *Pengaruh Kesadaran Diri dan Anonimitas terhadap Keterbukaan Diri Pengguna Media Social*, Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Chang, Jenna. (2008). "The Role of Anonymity in Deindividuated Behavior: A Comparison of Deindividuation Theory and the Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE)." *The Pulse*. Volume 6, Issue 1.
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69-78.
- Faiqah, Fatty. (2016). *Jurnal Komunikasi KAREBA* Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram". Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Makassar

- Flew, Terry. (2005). *New Media: An Introduction*. Melbourne: Oxford University Press.
- Herry, Ilham. 2014. 2015. *Perilaku Cyberbullying Remaja Pada Situs Jejaring Social*. Bandung, Universitas Komputer Indonesia. Hal : 8-10
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media" . *Business Horizons* 53 : 59: 68.
- Lesmana, Teguh. "Hubungan Harga Diri dan Prasangka Gender Dengan Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Pelajar Jakarta." *Jurnal Psikologi TALENTA* 5.1 (2020): 45-55.
- Monggilo, Z. M., 2016. Kajian Literatur Tentang Tipologi Perilaku Berinternet Generasi Muda Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13 (1), 31-48
- Rumra, N. S. & Rahayu, B. A. (2021). Perilaku Cyberbullying pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Jiwa*, 3(1), 41-48.
- Omernick, E., & Sood, S. O. (2013). *The Impact of Anonymity in Online Communities. Paper Presented at The International Conference on Social Computing, Alexandria, VA, USA.*
- Pamuji, E. (2020). Ujaran kebencian pada ruang-ruang digital. *Jurnal Kajian Media*, 4(2).
- Putra, A. (2017). Analisis Cyberbullying Di Media Sosial Twitter (Studi Pada Akun Twitter @Ahmaddhaniprast Periode Bulan Februari-Juni 2016). Oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Rachmatan, R., & Ayunizar, S. R. (2017). Cyberbullying pada remaja sma di banda aceh. *Insight: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 13(2), 67-79.
- Rahardjo, Turnomo. Cetak Biru Teori Komunikasi Massa Dan Studi Komunikasi Di Indonesia. Disampaikan dalam simposium nasional: arah depan pengembangan Ilmu Komunikasi Di Indonesia. Jakarta, 13 maret 2009. (Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini)
- Sari, R. N . (2016). Kecerdasan emosi, anonimitas dan cyberbullying (bully dunia maya). *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*, 5, (01).
- Saripah, Ipah, and Ajeng Nurul Pratita. "Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Peserta Didik Berdasarkan Jenis Kelamin." *Pedagogia* 16.3 (2018): 180-192.

- Setyawati, Indah. (2016). Pengaruh *Cyberbullying* di Media Sosial Ask.fm terhadap Gangguan Emosi Remaja (Studi pada Siswa-siswi SMAN 10 Bandar Lampung. Bandar Lampung. Oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Scheurmann, Larry dan Taylor, Gary. (1997). *Netiquette*. Jurnal Internet Research.
- Siregar, Ashadi. (2006). “Dari Kode Etik Wartawan Indonesia ke Dewan Pers” Dalam Membangun Kebebasan Pers yang Beretika. Jakarta: Dewan Pers dan Yayasan Tifa.
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2019). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 147-157.
- Surniandari, A. (2017). *Hatespeech* Sebagai Pelanggaran Etika Berinternet Dan Berkomunikasi Di Media Sosial. *Simnasiptek 2017*, 1(1), 137-142.
- Timur, Andia Jingga Langit Persada, Jupriono Jupriono, and Lukman Hakim. Pelanggaran Etika Media Sosial Dalam Penggunaan Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi *Untag Surabaya*. Diss. Universitas 17 Agustus 1945, 2018.
- Kartika, Tina. (2014). *Analysis Disclosure Of Message Male And Female Students Class Discussion On The Study Of Language And Gender*. *International Journal of Academic Research*, 6(5), 230-233.
- Walther, J. B. (2011). *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations*. Chapter 14: 443-444).
- Wicaksono, Ari, & Irwansyah. (2017). Fenomena Deindividuasi Dalam Akun Anonim Berita Gosip Selebriti Di Media Sosial Instagram Vol.10/No.02/ Oktober 2017 - Profetik Jurnal Komunikasi.
- Widyawanti, MP. (2017). *Cyberbullying* di media sosial YouTube (analisis interaksi sosial laurentius rando terhadap haters dalam video di channel YouTube-nya). Oleh fakultas dakwah dan komunikasi UIN Allauddin makassar.
- Wood, Andrew F and Smith, Matthew J, 2005, *Online Communication*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey.
- Wulandewi, Miki Putri . 2019. “Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden Di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 (Studi Pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 FISIP Universitas Lampung)”. Skripsi. Fisip Unila. Bandar Lampung

Zatari, Tania Putri. 2020. “Pola *Political Flaming* Pada Petisi *Online* (Analisa Kolom Komentar Petisi “Copot Anies Baswedan Sebagai Gubernur Dki Jakarta!”)” Oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.

Sumber lain :

Dihni, Vika Azkiya. (2022 Jan 25). *10 Akun YouTube dengan Jumlah Subscriber Terbanyak di Indonesia*. Diambil dari databoks.katadata.co.id
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/25/salip-ah-ria-ricis-punya-subscriber-YouTube-terbanyak-di-indonesia-saat-ini> diakses pada 08 April 2022

Ardhiwinda, (2021 Februari 26). *Paradoks Dalam Penegakan Hukum Atas Tindakan Cyberbullying*. Diambil Dari Kawan Hukum.Id
<https://kawanhukum.id/paradoks-dalam-penegakkan-hukum-atas-tindakan-cyberbullying/> diakses pada 20 Agustus 2021

Dewi, Bestari Kumala, (2021, Februari 26). *Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan se-Asia Tenggara, Pengamat Sebut Ada 3 Faktor Penyebab*. Diambil kembali dari kompas.com.
<https://www.kompas.com/sains/read/2021/02/26/194500523/netizen-indonesia-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara-pengamat-sebut-ada-3?page=all> diakses pada 25 April 2021

Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022 : Indonesia*. Diambil dari datareportal.com
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada 08 April 2022

Shafana, Raina G. A. & David Wardana Saputra. (2021 Juli 07). *Fenomena Cyberbullying di Indonesia* Diambil dari Ketik Unpad.ac.id.
<https://ketik.unpad.ac.id/posts/3012/fenomena-cyberbullying-di-indonesia-3> diakses pada 09 September 2021