

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet saat ini sangatlah pesat, pada awalnya internet hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja, namun sekarang semua orang bisa menikmati internet. Adanya teknologi informasi yang dinamakan internet ini telah membuka mata dunia bahwa terdapat dunia baru, interaksi baru, tempat pemasaran baru dan beberapa jaringan bisnis tanpa batas. Masuknya internet ke Indonesia pada awal tahun 1990 yang lebih dikenal sebagai paguyuban *network*. Agak berbeda suasana internet di Indonesia pada perkembangannya, kemudian yang lebih terasa komersial dan individual di sebagian aktivitasnya, terutama yang melibatkan perdagangan internet. Hadirnya internet sebagai sebuah infrastruktur dan jaringan telah menunjang efektivitas dan efisiensi operasional sebuah perusahaan terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan.

Pada awalnya orang awam menggunakan internet sebagai sarana hiburan saja, akan tetapi dalam perkembangannya pengguna lebih cerdas dalam memanfaatkan teknologi dunia tanpa batas ini. Internetpun telah menyentuh aspek kehidupan manusia, adanya jejaring sosialpun memungkinkan terjadinya pertukaran informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi bagi para pelajar. Beragam media sosialpun turut hadir dan

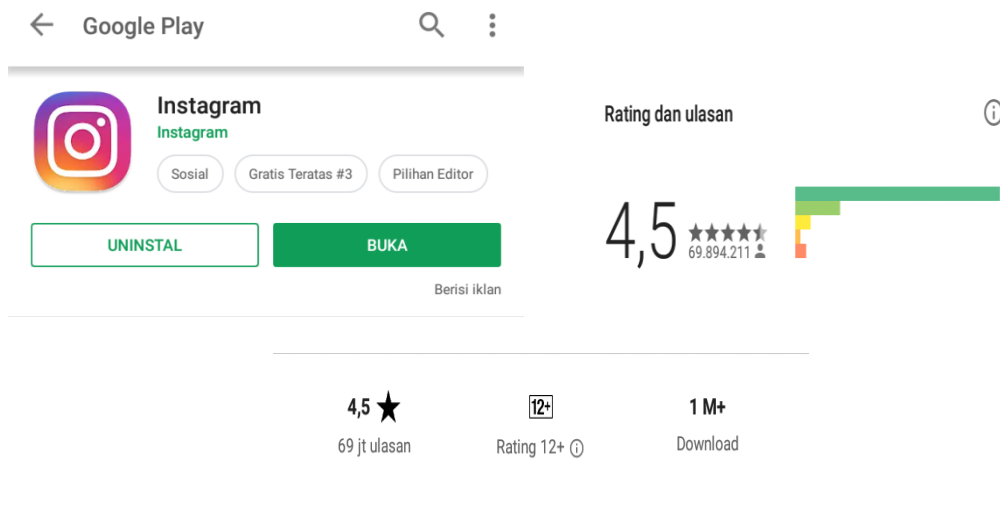
merubah paradigma komunikasi di masyarakat saat ini, komunikasi yang tidak terbatas jarak, waktu, ruang, dan bisa terjadi dimana saja, kapan saja, dimana saja, dan tanpa harus bertatap muka. Dengan hadirnya media sosial baru seperti *twitter*, *facebook*, *instagram* dan sejenisnya, orang-orang tanpa harus bertemu untuk saling berinteraksi.

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Dalam perkembangannya, menurut McLuhan bersama Quentin Fiore menyatakan bahwa adanya empat era atau zaman (*epoch*) dalam sejarah media, dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan, antara lain yaitu era kesukuan (*tribal*), tulisan (*literate*), cetak (*print*) dan elektronik (Morissan, 2013:488).

Kecanggihan teknologi yang semakin hari semakin pesat ini diikuti oleh proses komunikasi di lingkungan masyarakat memicu munculnya inovasi-inovasi baru dalam hal berkomunikasi digital. Selain itu, media komunikasi digital juga didukung dengan adanya jaringan internet yang memudahkan kita untuk melakukan proses komunikasi, tanpa mengeluarkan biaya lebih karena sifatnya yang efisien, praktis, ekonomis, serta penyampaian dan penerimaan pesannya yang cepat. Sama halnya dengan media sosial yang merupakan bagian dari media komunikasi digital. Banyak informasi yang diperoleh dari media sosial seperti informasi beasiswa, info seputar agama, lowongan kerja, politik, sosial, budaya dan lain-lain.

Media baru memberikan cara yang baru pula bagi kita untuk memperluas informasi serta gagasan, cara baru untuk berinteraksi dengan teman dan orang asing, serta cara untuk mempelajari dunia, identitas kita dan masa depan. Begitu masifnya penggunaan media sosial di Indonesia saat ini bisa terjadi dikarenakan iklim demokrasi yang dianut oleh negara serta didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal itu semakin menunjukkan keaktifan *netizen* di Indonesia dalam penggunaan media sosial, dengan begitu mudah dan transparannya pengguna mengirim apapun yang diinginkan untuk dibaca dan dilihat semua orang. Maka tak mengherankan pula jikalau seseorang menjadikan media sosial sebagai penghilang beban pikiran dan melepas penat dalam rutinitas sehari-hari.

Instagram adalah salah satu produk nyata media baru. Sebuah aplikasi media sosial berbasis Android dan iOS untuk perangkat pintar yang bahkan dapat diakses melalui pc atau perangkat komputer. Instagram juga telah menjajarkan dirinya sebagai satu dari beberapa aplikasi lain, yang paling digemari oleh kaum *millennial*. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna mengunduh aplikasi Instagram di Play Store.



Gambar 1. 1 Aplikasi Instagram
(sumber: Google Play Store, diakses pada tanggal 15 Oktober 2018)

Dari data di atas, jumlah pengunduh aplikasi media sosial Instagram saat ini telah mencapai lebih dari 1 Miliar pengguna dengan lebih dari 69 juta ulasan dan memperoleh rating 4,5/5. Hal ini menunjukkan, begitu masifnya penggunaan media sosial Instagram serta begitu menariknya Instagram bagi kehidupan masyarakat *millenial* saat ini. Kehadiran media sosial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap peradaban manusia. Banyak inovasi-inovasi tercipta dan begitu banyak informasi tersebar luaskan dengan cepat berkat media sosial ini. Instagram telah menjadi wadah untuk menyampaikan pesan, yang artinya telah mendukung tersampainya pesan dalam sebuah proses berkomunikasi. Hal ini pula dimanfaatkan oleh tokoh-tokoh politik masa kini yang menjadikan media sosial sebagai sarana ideal dan basis informasi untuk mengetahui opini

publik tentang kebijakan dan posisi politik, serta meraih empati masyarakat. Keberhasilan menggunakan media sosial dipandang sebagai salah satu faktor kesuksesan Barrack Obama memenangi pemilihan presiden Amerika Serikat. Sekitar 30% pesan-pesan kampanye Obama disampaikan melalui media baru (Burton, 2008:73).

Namun, dibalik sebuah inovasi pastilah terdapat beberapa kekurangan. Kekurangan tersebut berupa hal-hal negatif yang terjadi terhadap penggunaan media sosial saat ini. Di era interaktif digital, produksi pesan dan citra politik justru menjadi hal yang rawan “diganggu”. Pelaku politik harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa pesan-pesan mereka akan dimodifikasi oleh pihak lain ketika pesan tersebut disampaikan melalui media sosial. Lingkungan media digital tidak menghargai integritas informasi: ketika informasi sudah dipublikasikan, maka siapapun bebas memodifikasinya. Salah satunya yaitu munculnya fenomena *cyberbullying* di kehidupan kita.

Cyberbullying adalah perilaku intimidasi yang dilakukan melalui teknologi informasi. *Cyberbullying* menggunakan media elektronik untuk mengejek, menghina, mengancam, melecehkan/mengintimidasi. Hal ini tidak lepas dari peran media komunikasi online. Sebelum *cyberbullying*, hal yang terjadi terlebih dahulu ialah tindakan *bullying*. Yakni, suatu tindakan yang kemudian digunakan untuk menunjuk perilaku agresif seseorang atau kelompok untuk menyakiti seseorang. Adapun tindakan *bullying* dapat

berupa fisik dengan cara menciderai seperti menampar ataupun berupa verbal, seperti mengejek, mengolok, memaki, menebar rumor dan mengancam. *Bullying* telah berkembang biak menjadi sebuah masalah yang paling sering terjadi dan dialami oleh hampir semua orang bahkan kalangan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa, *bullying* merupakan suatu tindakan yang dilakukan berulang kali (repetitif) dengan adanya intensi untuk menyakiti pihak lawan yang dianggap lebih lemah.

Berbeda halnya dengan *bullying*, *cyberbullying* memungkinkan pelaku untuk menutupi identitasnya, lalu menyerang target amarah mereka dengan mengatakan apa saja tanpa harus mengetahui respon fisik dari target amarah mereka. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia 2013, terbukti dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 63 juta orang dan 95% dari total pengguna internet di Indonesia menggunakannya untuk mengakses media sosial (sumber: <https://www.selasar.com/jurnal/3890/Maraknya-Cyberbullying-Masa-Kini> diakses pada tanggal 10 September 2018). Karena maraknya penggunaan internet, maka sangat memungkinkan terjadi hal-hal yang menimbulkan gesekan kepentingan antara individu dengan individu lainnya yang dimana terdapat beribu-ribu atau bahkan berjuta-juta karakter yang berbeda dalam satu media komunikasi. Tidak heran jika *cyberbullying* dapat dengan cepat menyebar ke seluruh media komunikasi digital saat ini.

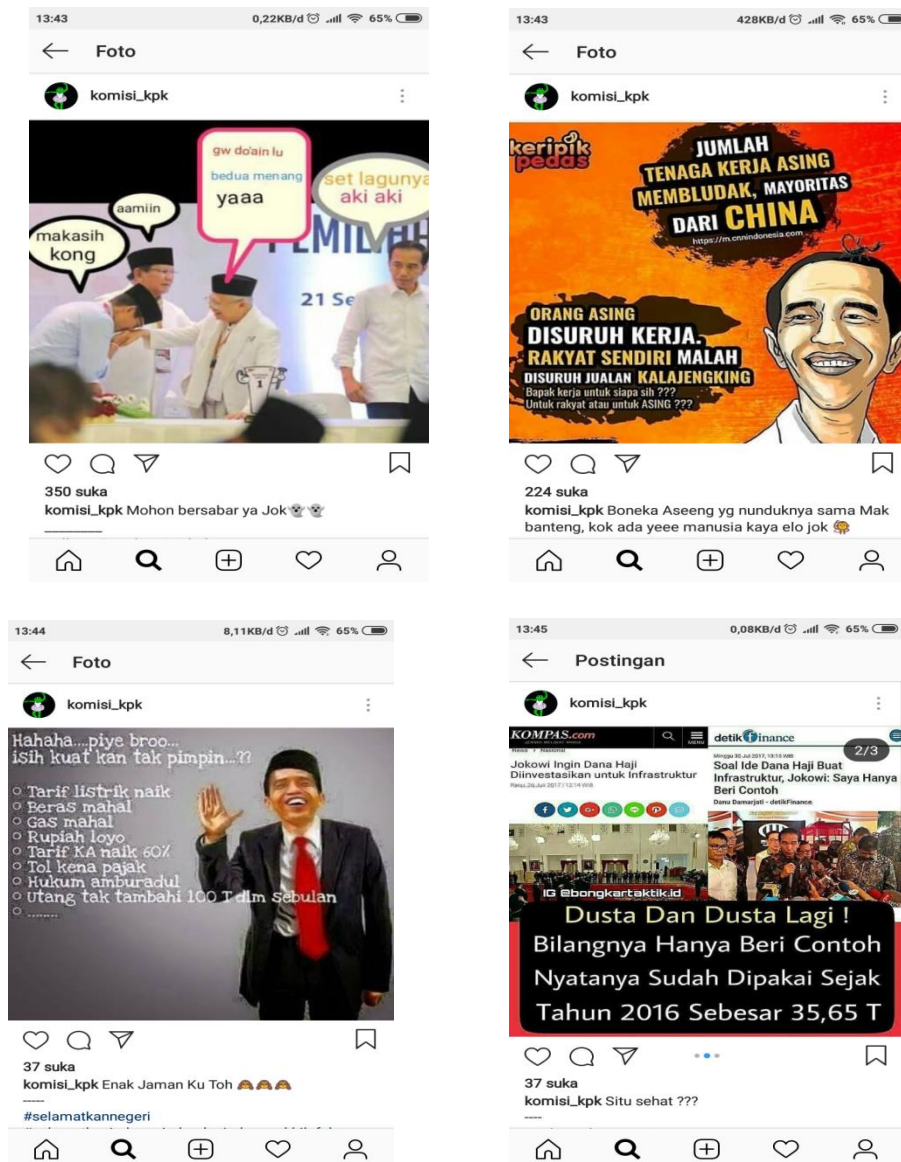
Fenomena *Cyberbullying* juga ditemukan dalam sebuah media sosial *Instagram*, di mana tokoh-tokoh politik Indonesia menjadi sasaran hujatan para *netizen* seperti Presiden RI Joko Widodo. Mengingat tokoh negara ini akan bertarung kembali dalam kontestasi pemilihan presiden pada pertengahan tahun 2019. Berbagai macam cuitan dan postingan dari *netizen* yang ditujukan kepada kedua tokoh ini, mengandung hal-hal bersifat menghina serta melecehkan/mengintimidasi. Menjelang pesta demokrasi, *cyberbullying* semakin terasa seperti tawuran massal di media sosial. Hal ini terlihat sangat jelas dengan adanya gejala saling serang antar pendukung melalui platform media sosial. Salah satu contoh terdapat di dalam akun @komisi_kpk. Dimana akun tersebut memiliki jumlah *followers* sebanyak 1.029 *followers* dan telah membuat 80 postingan.

Gambar 1. 2 Profil Akun Komisi_KPK



Sumber: https://www.instagram.com/komisi_kpk/ diakses pada tanggal 22 Januari 2019

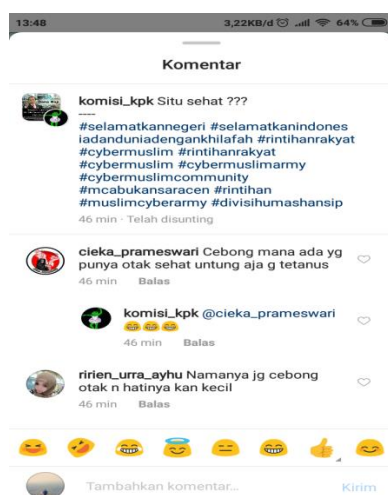
Mengingat bahwasannya saat ini Indonesia sedang memasuki tahun-tahun politiknya, tentu saja *netizen* semakin gencar dalam melemparkan pernyataan-pernyataan pedas bahkan terkesan diskriminatif terhadap para politisi di Indonesia. Berikut contoh bentuk *cyberbullying* yang terdapat pada postingan akun @komisi_kpk :



Gambar 1. 3 Meme Calon Presiden Jokowi di Akun Komisi_KPK
 Sumber: https://www.instagram.com/komisi_kpk/ diakses pada tanggal 22 Januari 2019

Dari gambar di atas, bisa kita lihat bagaimana postingan/konten yang terdapat di dalam akun tersebut secara keseluruhan mengandung *cyberbullying* terhadap tokoh Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo. Bagaimana foto Joko Widodo dikemas sedemikian rupa, sehingga

terciptalah stigma bahwa kinerja dari Presiden RI ke 7 ini sangatlah jauh dari kata “baik”. Namun, tak sedikit pula netizen yang tidak sependapat dengan maksud dari konten tersebut atau bahkan membela. Ini membuktikan bahwasannya tidak semua followers pada akun @komisi_kpk memiliki opini yang sama tentang Ir. Joko Widodo, dan itu artinya tidak sedikit pula yang menganggap baik atas kinerja Joko Widodo. Berikut adalah berbagai macam cuitan *netizen* di kolom komentar @komisi_kpk :



Gambar 1. 4 Komentar para pengguna Instragram di Akun Komisi_KPK
Sumber: https://www.instagram.com/komisi_kpk/ diakses pada tanggal 22 Januari 2019.

Pada tahun 2019 adalah periode perseteruan antara Jokowi dan Prabowo dalam situasi pemilihan bakal calon Presiden Republik Indonesia, yang mana Jokowi telah menjabat sebagai Presiden RI sebelumnya dan akan maju kembali kedalam pemilihan periode tahun ini. Dikarenakan hal itu lah, mulai banyak celoteh-celoteh ataupun *cyberbullying* yang tertuju untuk bapak Jokowi atas kinerja selama kepemimpinannya menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia pada periode sebelumnya.

Pemilihan presiden tahun 2014 membuat masyarakat terpolarisasi. Pertentangan kedua kubu nampaknya begitu sengit, khususnya di ranah sosial media. Masing-masing kubu memiliki pasukan sosial media yang siap bertarung. Praktik *twit-war*, perang *meme* ataupun komentar-komentar *membully*, menjelakan dan menjatuhkan lawan begitu jelas terlihat mewarnai situasi perang.

Kehadiran sosial media dalam konteks pemilihan presiden menjadi penting karena pada saat itulah puncak penggunaan sosial media dalam pemilu. Mereka melihat sosial media sebagai *democratic space* yang bisa membuka ruang demokrasi. sosial media mampu menyediakan ruang dan waktu bagi publik untuk berkomunikasi tanpa batas, menyebarkan berita, informasi, maupun gagasan secara mandiri serta membuka akses bagi orang-orang dengan keterbatasan ekonomi. Namun sebaliknya, sosial media

dapat menggemبosi demokrasi. Hal tersebut terkait penggunaan internet secara negatif, dengan tujuan negatif, antara lain untuk menyerang atau membully lawan, menyebarkan sikap permusuhan, menyebar fitnah, menyerang reputasi seseorang dan lain-lain.

Maka, berdasarkan kasus dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Opini Followers Pada Tindakan *Cyberbullying* Terhadap Joko Widodo Di Media Sosial Instagram @komisi_kpk

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana opini followers pada tindakan *cyberbullying* terhadap Joko Widodo di media sosial instagram @komisi_kpk?”

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui opini followers pada tindakan *cyberbullying* terhadap Joko Widodo di media sosial instagram @komisi_kpk.

D. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai diharapkan memberi hasil yang bermanfaat untuk hal-hal yang berhubungan di bidang pendidikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan pengetahuan serta wawasan di bidang komunikasi. Selain itu diharapkan meminimalisir tindak bullying kepada siapapun di sosial media.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan studi penelitian yang bermanfaat.
2. Manfaat Praktis
- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi avuan dan pertimbangan dalam kegiatan bersosial media.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan mengenai ketentuan dan pelaksanaan kegiatan bersosial media, terutama tentang *cyberbullying*.

E. Kerangka Teori

1. Opini

Cutlip dan Center (dalam Abdullah, 2001:14), mendefinisikan opini sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai suatu sikap yang mengandung pertentangan. Opini juga dapat diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu kejadian atau persoalan. Ketika seseorang sedang beropini terhadap suatu persoalan yang sama, maka akan menimbulkan penilaian yang berberda. Hal ini dikarenakan bahwa opini bersifat subjektif yang artinya menurut pandangan atau pemikiran sendiri.

Opini merupakan kata-kata yang dapat diartikan sebagai tanggapan atau jawaban terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, namun bisa juga diapresiasi berupa perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan. Sedangkan pendapat lain mengatakan opini adalah pengekspresian sikap positif bagi yang mendukung, jawaban netral dan negatif untuk jawaban yang menolak (Mulyana, 2003:167).

Mulyana (2003:169-170) memaparkan adanya unsur sebagai molekul pembentukan opini sebagai berikut:

1) Kepercayaan tentang sesuatu

Kepercayaan merupakan sebuah sistem penyimpanan yang berisikan tentang pengalaman yang sudah kita lalui meliputi, fikiran, ingatan dan interpretasi terhadap sesuatu.

2) Apa sebenarnya dirasakan seseorang

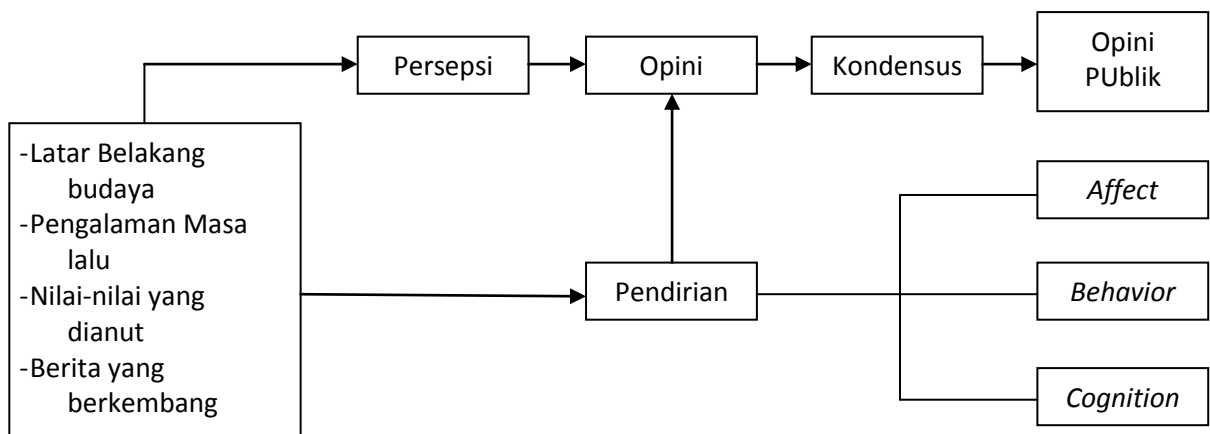
Suatu prediposisi (keadaan yang mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau obyek yang berisi komponen-komponen pengertian, perasaan atau emosi, dan perilaku, dimana komponen ini juga merupakan komponen dari sikap.

3) Persepsi

Persepsi merupakan sebuah proses internal yang memungkinkan untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita sendiri.

Permulaan pembentukan opini terjadi didalam sebuah persoalan yang menimbulkan perselisihan yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi isu yang akan menarik perhatian orang banyak. Suatu isu mulai berakar hanya jika dikomunikasikan dari satu orang ke orang lain, yang bakal berlanjut menjadi percakapan sendiri. Suatu isu juga akan menjadi sangat umum jika permasalahannya menyebabkan dampak negatif kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Munculnya sebuah isu bisa berawal dari munculnya sebuah pemberitaan pada media sosial, kemudian pemberitaan pada media sosial tersebut menggambarkan sebuah budaya pada golongan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada. Hal ini lah yang merangsang pembentukan opini melalui komunikasi saluran massa, interpersonal, dan organisasi (Ruslan, 2005:63).

Gambar 1. 5 Proses Terbentuknya Opini



Sumber: Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi Ruslan (2005:63)

Dengan melihat bagan di atas kita bisa menggambarkan hubungan antara persepsi, pendirian dari opini. Persepsi lahir dengan adanya pengalaman masa lalu yang dipertajam oleh adanya latar belakang dalam suatu komunitas, nilai yang dianut serta berita yang berkembang dimasyarakat. Stimulasi tersebut akan melahirkan suatu interpretasi dan akan melahirkan pendirian sikap seseorang. Sikap ini merupakan opini yang tersembunyi dalam batin seseorang dan dapat diungkapkan dalam bentuk verbal ataupun non-verbal. Opini merupakan suatu cara setiap individu dalam mengekspresikan informasi yang diperoleh berdasarkan pada pemahaman individu itu sendiri sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, individu juga menyadari adanya kehadiran suatu stimulus, namun individu itu menginterpretasikan stimulus tersebut. Pada dasarnya opini menurut Nimmo (2001:23-25), dilihat dari cara pandang manusia terbagi 2 yaitu:

1) Opini Terhadap Objek

Opini setiap dalam menilai suatu objek maupun isu permasalahan tidak terlalu sama. Terkadang dalam pengopinionan permasalahan, seseorang dapat melakukan kekeliruan. Karena indera seseorang terkadang menipu diri orang tersebut. Hal tersebut dikarenakan:

- a) Kondisi yang mempengaruhi pandangan seseorang, seperti keadaan cuaca yang membuat orang melihat fatamorgana, pembiasan cahaya seperti dalam peristiwa ketika seseorang melihat

tongkat yang dimasukkan kedalam air terlihat bengkok padahal sebenarnya tongkat tersebut lurus. Keadaan inilah yang dinamakan ilusi.

- b) Latar belakang pengalaman yang berbeda antara seseorang dengan yang lainnya.
- c) Budaya yang berbeda
- d) Suasana psikologis yang berbeda juga membuat perbedaan persepsi seseorang dengan orang lain dalam mempersepsi suatu objek atau isu permasalahan.

2) Opini Manusia Terhadap Persepsi Sosial

Opini sosial merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami seseorang dalam lingkungan orang tersebut. Opini manusia merupakan penilaian yang terjadi dalam upaya individu dalam memahami seseorang atau orang lain. Sumber penting dalam pola interaksi antar manusia adalah opini sosial, karena opini sosial seseorang menentukan hubungan seseorang dengan orang lain. Untuk lebih memahami opini seseorang dan publik tersebut menurut pendapat R. P. Abelson (dalam Nimmo, 2001:65) bukanlah perkara yang mudah, karena mempunyai ikatan yang erat dengan:

- a) Kepercayaan dengan sesuatu (*belief*)
- b) Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (*attitude*)

- c) Persepsi (*perception*), suatu proses pemberian makna yang berakhir dari berbagai faktor seperti latar belakang budaya, pengalaman masa lalu seseorang, dan nilai-nilai yang dianut.

2. Media Sosial

Revolusi yang terjadi dengan perkembangan media sosial, semakin cepat, beragam, unik, merambah beragam segmen dan berkarakteristik. Media sosial tumbuh pesat berkat internet. Tentang kelahiran internet sendiri tidak ada kesepakatan, apakah lahir ketika adopsi TCP/IP ataukah ketika *World Wide Web* (WWW) muncul. Namun, momen monumental jaringan global tersebut terjadi pada 29 Oktober 1969 komputer SDS sigma 7 milik University of California Los Angeles (UCLA) Amerika Serikat (AS) sukses mengirim pesan ke komputer SRI di Universitas Stanford yang jauhnya 560 Km. Pesan berupa teks itu dikirim via jaringan *packet switching advanced research project agency NET* (ARPANET), yang dalam perkembangannya menjadi cikal bakal dari tulang punggung jaringan internet modern bersama TCP/IP (Mulyati, 2014:24).

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Sesuai dengan pendapat Zarella dalam Aditya (2015:51) media sosial adalah situs yang

menjadi tempat orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata maupun dunia maya.

Media sosial adalah sebuah media *online* yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, dan forum dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dalam konteks media massa, khususnya dalam surat kabar perhatian terhadap masalah dinyatakan dalam jumlah kolom, besarnya judul, jumlah ilustrasi dan letak. Mesti disadari bahwa dibalik semua fungsi media yang tampaknya sudah komunikatif tersebut, sesungguhnya terdapat fungsi internal yang disadari maupun telah menentukan pemikiran, persepsi, opini dan bahkan perilaku orang (Sobur, 2009:111).

Semakin berkembangnya zaman situs-situs media sosial mulai bermunculan yang secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai media online, dimana para pengguna (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang canggih. Bicara mengenai media sosial sebenarnya tidak hanya beberapa jejaring sosial yang sedang *trend* seperti *facebook*, *twitter* maupun *instagram* saja. Di dalam istilah non-teknologi, media sosial dapat didefinisikan sebagai cara orang berbagi ide, konten,

pemikiran dan hubungan secara *online*. Media sosial memang dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar penggunanya untuk mempermudah mendapatkan informasi dengan cepat dan lengkap. Dalam perkembangannya media sosial tampil sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi sarana yang dibutuhkan oleh orang banyak dan tidak asing lagi dalam masyarakat (Pakuningjati, 2015:5).

Media sosial merupakan sebuah teknologi yang mengambil berbagai bentuk seperti majalah, forum internet, *weblog*, blog sosial, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto maupun gambar dan video. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*). Menurut pendapatnya Kaplan dan Haenlein (2010:61-65), ada 6 jenis klasifikasi media sosial yaitu:

1) Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan *user*-nya untuk dapat mengubah, menambah ataupun me-remove konten-konten yang ada di *website* ini seperti *wikipedia*.

2) Blog dan Microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah, seperti *twitter*.

3) Konten

Pada *user* dari pengguna *website* ini saling *men-share* konten-konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar dan lainnya seperti *youtube*.

4) Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa menggunakan foto, seperti *facebook*.

5) *Virtual Game World*

Dunia *virtual* mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, seperti *game online*.

6) *Virtual Social World*

Dunia *virtual* yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world* berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan seperti *second life*.

Dengan muatan seperti itu, maka media sosial tidak jauh dari karakteristik dari media sosial berikut menurut Kaplan dan Haenlein (2010:75-77) :

- 1) Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- 2) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.
- 3) Isi disampaikan secara *online* dan langsung.
- 4) Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- 5) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai *kreator* dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
- 6) Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (grup).

Karena media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Maka kita harus menyikapi dalam kaitannya dengan fungsi-fungsi yang terkandung dalam teori relasi, koneksi dan komunikasi masyarakat. Berikut manfaat dan fungsi media sosial menurut Nasrullah (2016:106:108) :

- 1) Sarana belajar, mendengarkan dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu. Pada aspek lain media sosial

juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten didalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi, dan tendensi.

- 2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat *blog* organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten dan relevan sesuai target di masyarakat atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi dan efektifitas operasional organisasi.
- 3) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa kemana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial ditantang para pakar manajemen dan *marketing* dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya.
- 4) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah

dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Se jauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial.

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan murah dan dengan biaya yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi, akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial yakni berkurangnya interaksi *interpersonal* secara langsung atau tatap muka. Munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan (Zarella, 2010:37).

Selain dampak diatas ada juga dampak lain dari kemajuan teknologi khususnya media sosial yaitu dampak berbagi yang berlebihan serta pengungkapan diri yang berlebihan juga didunia maya, budaya berbagi yang berlebihan ini dikarenakan di media sosial siapa saja dapat mengunggah apapun yang mereka inginkan dan membagikannya kembali. Dampak dari berbagi yang berlebihan ini juga memiliki dampak yang negatif, berbagi apa saja yang ingin dibagikan tanpa menyaring lagi

mengenai kebenaran berita yang telah mereka bagikan. Bisa saja berita yang mereka bagikan tersebut adalah berita *hoax* yang bisa saja akan memunculkan perselisihan antara kelompok, agama, suku dan lain sebagainya (Zarella, 2010:42).

3. Instagram

“*Welcome To Instagram*”, kalimat pembuka yang ditulis Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing* revolusioner *instagram*. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke layanan jejaring sosial, termasuk pemilik dari instagram sendiri. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc, Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya (Atmoko, 2012:10).

Kevin Systrom adalah sarjana lulusan Stanford University pada tahun 2006 dengan jurusan *science & engineering*, kevin mulai mengenal *startup* semenjak magang di Odeo yang kemudian bernama *twitter*. Sedangkan Mike Krieger merupakan alumni dari Stanford University dengan jurusan *symbolic system* dengan fokus pada *human computer interaction*. Selama masa kuliah, Mike magang di *microsoft* untuk tim *power point* dan *foxmarks* sebagai *software developer*.

Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja dan membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun didalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burbn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan didalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin dan Mike untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan kemampuan menyukai foto. Itulah yang akhirnya menjadi awal mula munculnya media sosial *instagram*. Karena *passion* Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burbn lebih banyak memanfaatkan fitur *photo sharing* dibandingkan dengan fitur yang lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi *photo sharing* yang sekarang menjadi *instagram* (Ghazali, 2016:8).

Instagram menjadi layanan *photo sharing* yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lain yaitu android, karena *platform* buatan *google* ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke platform buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada platform di android. Jumlah pengguna Instagram

sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah booming kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook (Atmoko, 2012:12)

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat (Atmoko, 2012:13).

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah efek foto, dan membagikannya keberbagai layanan media sosial, termasuk

milik *instagram* sendiri. Menurut Atmoko (2012:28-30) ada lima fitur utama pada *instagram* seperti berikut:

1) *Home Page*

Halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar dari bawah keatas seperti saat *scroll mouse* pada komputer.

2) *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial *instagram* menyediakan fitur komentar, foto yang ada di *instagram* dapat dikomentari dikolom komentar. Caranya dengan menekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto, kemudia ditulis kesan-kesan mengenai foto didalam kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

3) *Explore*

Tampilan dari foto-foto populer dari yang paling banyak disukai para pengguna *instagram*. *Instagram* menggunakan algortima rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan kedalam *explore feed*.

4) *Profil*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama

pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama dimenu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah di *upload* jumlah *follower* dan jumlah *following*.

5) *News Feed*

Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna *instagram*. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu *following* dan *news*. Tab pada *following* menampilkan aktifitas terbaru pada *user* pengguna *follow* dan tab *news* menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna *instagram* terhadap foto pengguna, memberikan komentar dan *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul pada tab ini.

Menurut Atmoko (2012:31), ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu:

1) Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2) Hashtag

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambilnya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a) Follow

Follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

b) Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c) Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui katakata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d) Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia yang di deskripsikan dengan kata-kata berdasarkan data yang didapatkan di lapangan. Deskriptif merupakan data yang terkumpul berupa kata-kata dan gambar yang akan diberi gambaran dalam penyajian laporan. Penelitian kualitatif digunakan apabila suatu masalah belum jelas, mengetahui makna tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, mengembangkan teori dan meneliti sejarah perkembangan. Penelitian ini juga lebih menekankan pada makna yang terkait dan nilai yang terkandung didalamnya (Sugiyono, 2005:33).

2. Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan merupakan orang-orang yang secara langsung terkait dengan penelitian. Informan ini dibutuhkan untuk mengetahui seperti apa opini yang berkembang di masyarakat, penentuan sumber data dipertimbangkan terlebih dahulu dan bukan di acak, yang artinya menentukan informan sesuai dengan masalah yang ada didalam penelitian (Sugiyono, 2005:126).

Pemilihan informan sangat penting dilakukan dengan cermat, karena penelitian ini mengkaji opini yang berkembang di masyarakat. Untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam, peneliti harus mencari informan yang mengerti pada permasalahan yang diteliti. Menurut Moleong (2013:132) ada empat kriteria yang harus dipertimbangkan dalam mencari informan:

- a. Informan yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktifitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi diluar kepala tentang sesuatu yang akan di tanya.
- b. Informan masih terikat secara penuh dan aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran penelitian.
- c. Informan mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.

- d. Informan yang memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu, tetapi mereka relatif dan jujur dalam memberikan informasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti:

- a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kualitatif. Kata Moleong (2013:213) wawancara itu adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban dari pertanyaan yang diberikan. Penulis melakukan tanya jawab mendalam kepada informan agar penulis benar-benar paham dan menguasai materi. Dalam hal ini penulis telah menyediakan terlebih dahulu pertanyaan yang akan diajukan.

- b. Dokumentasi

Pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain mengenai subjek. Studi dokumentasi merupakan cara yang dapat

dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010:143).

c. Studi Pustaka

Melalui metode ini, informasi dan data yang diperoleh dari penelitian serupa sebelumnya memiliki latar belakang yang sama, fokus masalah ataupun subjek dan objek yang diteliti, metode ini juga memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari artikel atau jurnal yang mengangkat topik yang serupa (Herdiansyah, 2010:166).

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan ke orang lain. Dalam menganalisis data dan informasi yang diperoleh dari penelitian di lapangan. Peneliti menggunakan analisis *interactive model* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994) dalam Sugiyono (2005:91) yang mempunyai 3 komponen yakni:

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema serta polanya.

Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan penyajian data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kasual atau interaksi hipotesis maupun teori.

5. Uji Keabsahan Data

Pada uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi data untuk mendapatkan keabsahan data yang diperlukan. Triangulasi data merupakan pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain sebagai pembanding terhadap data itu. Beberapa cara yang dilakukan Moleong (2013:178) dalam menggunakan triangulasi data, yaitu:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

- b. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang biasa, berpendidikan, ataupun orang yang berasal dari pemerintahan.
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan data hasil melihat di akun *instagram* @komisi_kpk dengan hasil wawancara dari informan. Membandingkan apa yang dikatakan orang lain melalui artikel online kemudian peneliti membandingkan dengan pendapat peneliti. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang, membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan. Hal tersebut yang digunakan adalah data yang didapat dari akun *instagram* @komisi_kpk.