

OPINI FOLLOWERS PADA TINDAKAN CYBERBULLYING TERHADAP JOKO WIDODO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @komisi_kpk

Raga Tegar Pratama
(ragapratama96@gmail.com)

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu sosial dan politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Raga Tegar Pratama (20130530197)

Opini Followers Pada Tindakan Cyberbullying Terhadap Joko Widodo di Media Sosial Instagram @Komisi KPK

Tahun : 2019 + 111 Halaman

Referensi : 21 Buku + 12 Jurnal + 4 Website

Kemunculan sosial media Instagram memunculkan fenomena cyberbullying terhadap seseorang. Salah satu fenomena yang menarik perhatian yaitu pada saat pemilihan presiden pada tahun 2019 yang melakukan bullying terhadap calon presiden Joko Widodo pada akun instagram.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik pemilihan informan berupa purposive sampling dengan kriteria informan yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui teknik wawancara. Teknik analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, analisis data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori opini dimana dalam teori ini diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu kejadian. Selain itu, opini bersifat subjektif yang berarti menurut pandangan/pikiran sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, tindakan informan dalam opini yang dibangun oleh akun instagram @komisi_kpk masuk pada tahapan penilaian hal ini dilihat dari pernyataan informan yang selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum mempercayai isi pemberitaan tersebut. Kedua, bentuk pesan yang diterima oleh informan terhadap psotingan @komisi_KPK bersifat persuasif karena merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam mencari dukungan politik. Opini informan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya dan pengalaman masalah. Hal ini terlihat dari profil informan yang dekat dengan beragam organisasi kampus yang membangun wawasan para informan dalam menerima informasi sehingga tidak mudah mengkonsumsi informasi secara mentah.

Kata Kunci : Opini Publik, Cyberbullying, Instagram

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Publikasi dengan Judul:

**OPINI FOLLOWERS PADA TINDAKAN CYBERBULLYING TERHADAP
JOKO WIDODO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @komisi_kpk**

Oleh:

RAGA TEGAR PRATAMA

20130530197

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi



Zuhdan Aziz, S.P., S.Sn., M.Sn.



PENDAHULUAN

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. Jumlah pengunduh aplikasi media sosial Instagram pada 15 Oktober 2018 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 *millennial* 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 pergesekan 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.

METODE 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).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Opini *Followers* terhadap gaya penyampaian pesan akun *instagram* @komisi_kpk

Opini atau pendapat adalah hasil interaksi dan pemikiran manusia tentang suatu hal yang kemudian dinyatakan atau diekspresikan. Secara sederhana, opini atau pendapat adalah tindakan mengungkapkan apa yang dipercaya, dinilai dan diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu (Nimmo, 2000:9). Berdasarkan teori yang ada terkait dengan opini *followers* terhadap gaya penyampaian pesan akun *Instagram* @komisi_kpk, dalam hal ini HB, AR, GH, AH, dan VE dapat dikategorikan menjadi tiga macam tindakan baik itu kepercayaan, penilaian, dan harapan.

Tabel 3. 1 Tindakan dalam mengungkapkan opini

| NO | Informan | Opini Gaya Penyampaian Pesan | Kepercayaan | Penilaian | Harapan |
|----|----------|---|-------------|-----------|---------|
| 1 | HB | Hanya sekedar keisengan semata, ingin menjatuhkan 1 tokoh politik untuk menaikkan 1 tokoh politik yang lain | | √ | |
| 2 | AR | Untuk menjatuhkan nama Bapak Joko Widodo di mata masyarakat | | √ | |
| 3 | GH | Melakukan tindakan <i>cyberbullying</i> terhadap kinerja buruk Bapak Joko Widodo | | √ | |
| 4 | AH | Membeberkan pencapaian negatif dari Bapak Joko | | √ | |

| | | | | | |
|---|----|---|--|---|--|
| | | Widodo tanpa menghiraukan segudang prestasi yang telah beliau lakukan untuk Indonesia | | | |
| 5 | VE | <i>Cyberbullying</i> dilakukan hanya untuk mempengaruhi pandangan masyarakat kepada Bapak Joko Widodo | | √ | |

Berdasarkan dari sajian data yang ada, dan dikaitkan dengan teori tentang tindakan dalam mengungkapkan opini maka didapatkan kesimpulan bahwa, secara keseluruhan informan menyampaikan opini berupa penilaian terhadap gaya penyampaian pesan akun Instagram @komisi_kpk. Menurut Abdullah (2001: 89-90) membagi jenis opini kedalam tujuh jenis opini, yaitu Opini Individual, Opini Pribadi, Opini Kelompok, Opini Mayoritas, Opini Minoritas, Opini Massa dan Opini Umum. Dalam penelitian ini opini terhadap gaya penyampaian pesan akun Instagram @komisi_kpk yang disampaikan seluruh informan termasuk kedalam jenis Opini Individual.

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual adalah pendapat seseorang secara perorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju bisa juga tidak setuju. Baru diketahui bahwa orang-orang lain yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang lain. Maka sesuatu yang terjadi kini menjadi objek opini publik, jadi opini publik itu perpaduan dari opini-opini individual. Pendapat menjadi opini karena sesuatu yang terjadi dalam masyarakat tadi

menimbulkan pertentangan yang ada pro dan kontra (Abdullah, 2001:89). Teori ini dapat dibuktikan dan dikaitkan dengan sajian data, yaitu seluruh opini followers merupakan pendapat perorangan. Media sosial merupakan salah satu ruang publik yang kerap kali digunakan sebagai media dalam menyampaikan pesan. Hal ini digambarkan oleh Mc Nair (dalam Chatamallah, 2007:252) bahwa *public sphere* membuka ruang bagi publik atau khalayak untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah dimana semuanya akan mengkristam menjadi berbagai macam opini publik yang dapat mempengaruhi kebijakan tertentu.

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu (Widjaja, 2000: 32). Teori tersebut sejalan dengan apa yang akun *Instagram @komisi_kpk* lakukan dalam menyampaikan pesan, yang dimana akun *Instagram @komisi_kpk* dalam menyampaikan pesan mempunyai inti pesan yang sebenarnya, dalam hal ini bentuk pesan terbagi menjadi tiga macam, informatif, persuasif, dan koersif.

Tabel 3. 2 Bentuk pesan akun *instagram @komisi_kpk*

| No | Informan | Bentuk Pesan | | |
|----|----------|--------------|-----------|---------|
| | | Informatif | Persuasif | Koersif |
| 1 | HB | | √ | |
| 2 | AR | | √ | |
| 3 | GH | | √ | |
| 4 | AH | | √ | |

| | | | | |
|---|----|--|---|--|
| 5 | VE | | √ | |
|---|----|--|---|--|

Berdasarkan dengan sajian data sebelumnya dipaparkan, dan dikaitkan dengan teori pesan dan bentuk pesan, dalam hal ini opini dari informan HB, AR, GH, AH, dan VE didapatkan kesimpulan bahwa bentuk pesan yang mereka terima adalah persuasif. Persuasif adalah pesan yang Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini adalah atas kehendak sendiri (bukan paksaan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri (Widjaja, 2000: 32).

Hadirnya teknologi komunikasi dan informasi yang pesat saat ini mendorong masyarakat dunia untuk turut aktif dalam memperoleh dan mengelola informasi yang diinginkan. Masyarakat virtual atau Netizen yang terbentuk akibat kemunculan teknologi komunikasi dan informasi berdampak kepada terbentuknya *public sphere* dalam membicarakan suatu opini public yang berkembang. Informasi yang mereka peroleh dan mereka sebarkan menggiring golongan masyarakat untuk memberikan aspirasi yang mereka inginkan (Fitriyanto, dkk 2018:528)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan opini follower terhadap pesan pada akun instagram @komisi_kpk yang melakukan cyberbullying terhadap tokoh Jokowi, sebagai berikut:

Pertama, tindakan informan dalam opini yang dibangun oleh akun instagram @komisi_kpk masuk pada tahapan penilaian hal ini dilihat dari pernyataan informan yang selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum mempercayai isi pemberitaan tersebut.

Kedua, bentuk pesan yang diterima oleh informan terhadap postingan yang terdapat pada akun @komisi-kpk bersifat persuasif hal ini dikarenakan para informan menyadari bahwa tidak semua informasi yang disebarakan bersifat benar sehingga bagi para informan hal tersebut hanya salah satu cara yang dilakukan dalam menarik dukungan politik.

Opini informan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya dan pengalaman masalah. Hal ini terlihat dari profil informan yang dekat dengan beragam organisasi kampus yang membangun wawasan para informan dalam menerima informasi sehingga tidak mudah mengkonsumsi informasi secara mentah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2001. *Press Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Burton, Graeme. 2008. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Rosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana: Jakarta
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Widjaja H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

JURNAL DAN PENELITIAN TERDAHULU

- Chatamallah, Maman. 2005. Opini Publik dan Kebijakan Pemerintah. *Mediator*. Vol. 8 No. 2 hlm 249-256
- Fitriyanto, DKK. 2018. Peran Netizen dalam Membentuk Opini Publik; Studi kasus pada Siswa SMKN 4 Bekasi. *Jurnal Abdimas BSI*. Vol.1 No. 3 hlm 526-532. E-ISSN: 2641-6711

WEBSITE

- <https://www.selasar.com/jurnal/3890/Maraknya-Cyberbullying-Masa-Kini> diakses pada tanggal 10 September 2018