

BAB II

FENOMENA *CYBERBULLYING* PADA REMAJA DI MEDIA SOSIAL

2.1 Cyberbullying Pada Remaja

Penggunaan media sosial yang meningkat dari waktu ke waktu membuat *cyberbullying* marak terjadi. Dengan kemudahan penggunaan internet tanpa adanya batasan ruang dan waktu membuat *cyberbullying* semakin mudah dilakukan. *Cyberbullying* merupakan bentuk interaksi, namun dalam hal ini interaksi yang dilakukan memiliki nilai negatif karena bertujuan merugikan orang lain. *Cyberbullying* dilakukan dengan menggunakan pesan teks maupun gambar atau video di media sosial.

Selain kemudahan dan kebebasan dalam mengakses media sosial, terdapat motif yang dapat mendorong *cyberbullying* terjadi. Selain adanya motif dalam melakukan *cyberbullying* di media sosial, usia remaja yang dikategorikan menjadi usia labil para remaja juga menjadikan *cyberbullying* banyak terjadi dan dilakukan oleh remaja. Menurut Sudarwanto, *cyberbullying* banyak dilakukan oleh remaja dan anak-anak karena kehidupan di usia tersebut sangat mahir dan banyak melakukan kegiatan menggunakan teknologi digital, pada usia tersebut para remaja dan anak-anak belum dapat membedakan mana hal yang baik dan buruk bagi kehidupan mereka (Sudarwanto, 2009).

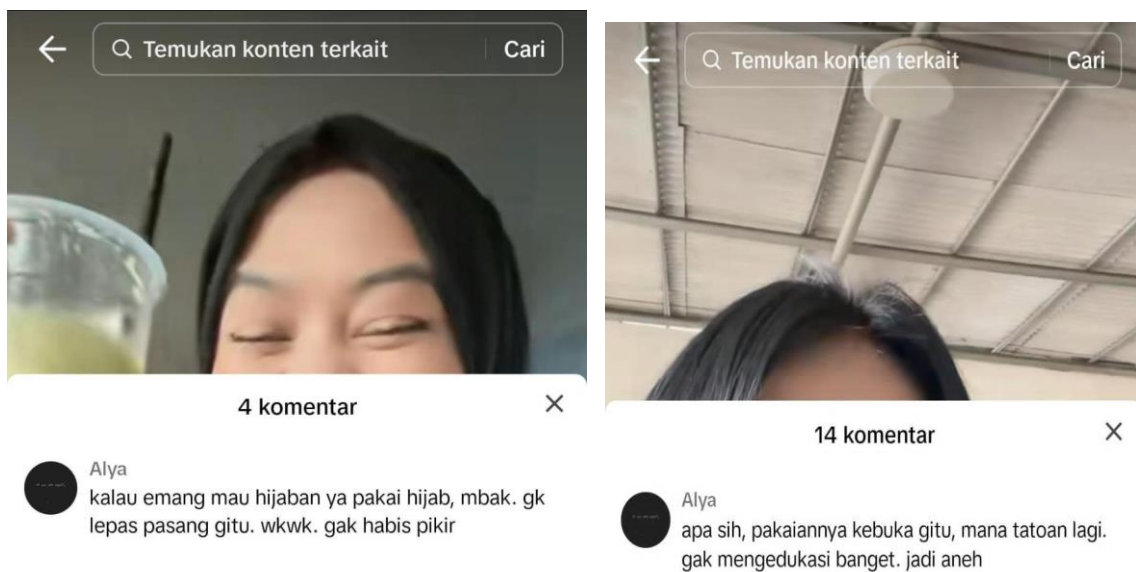
Menurut WHO (2015), remaja merupakan penduduk dengan rentang usia 10 hingga 19 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 25 tahun 2014, remaja merupakan penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun. Sementara itu, menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Pada masa remaja, remaja rentan dengan berbagai perilaku penyimpangan dan kenakalan, salah satunya adalah *cyberbullying*. Menurut data penelitian yang dilakukan oleh *ChildFund International* di Indonesia pada tahun 2022, hampir 60% anak dan remaja di Indonesia pernah menjadi korban *cyberbullying* dan 50% lainnya mengaku pernah menjadi pelaku *cyberbullying*. Penelitian ini melibatkan 1610 anak dan remaja dengan usia 13-24 tahun (PUTRI, 2022).

Berdasarkan data tersebut, fenomena *cyberbullying* yang terjadi di Indonesia tidak dapat dipungkiri lagi, namun sebagian besar remaja tidak menyadari bahwa tindakan tersebut merupakan tindakan yang merugikan orang lain dan menganggap bahwa *cyberbullying* merupakan tindakan yang wajar dilakukan oleh para remaja. Berdasarkan penelitian terhadap 336 siswa Sekolah Menengah Atas di Jakarta, para siswa yang merupakan seorang remaja beranggapan bahwa *cyberbullying* merupakan tindakan yang dianggap tidak serius, bahkan para

pelaku tersebut tidak menyadari beberapa indikator sudah termasuk dalam perilaku *cyberbullying*, hal tersebut disebabkan pelaku merasa korban tidak marah atau menunjukkan emosi atas tindakan tersebut (Budiarti, 2016).

2.2 *Cyberbullying* di *Official Account* TikTok @Cimoycantik12

Cyberbullying di TikTok dialami oleh *official account* @Cimoycantik12, dimana ia mendapatkan banyak tuaian komentar negative dari netizen di beberapa konten video yang di upload. Berikut adalah komentar-komentar yang diberikan oleh *netizen* di konten video TikTok @Cimoycantik12 :



Gambar 2.1
Komentar *Cyberbullying* di TikTok @Cimoycantik12

Dalam konten video TikTok @Cimoycantik12 tersebut, terdapat akun bernama Alya yang memberikan komentar mengenai pakaian yang di gunakan oleh @Cimoycantik12, ia menuliskan bahwa konten video @Cimoycantik12 tidak mengedukasi dan terkesan aneh karena Cimoy menggunakan baju terbuka dan memamerkan tattoo di badannya serta ia mengomentari bahwa @Cimoycantik12 tidak konsisten dalam menggunakan hijab.



8 komentar



Nath24v

Tiap Hari Make skincare tapi keliatannya tetap dekil juga huuu



1



1985 komentar



Nath24v

Dekil banget, Filter doang kli makanya Glowing HUUU



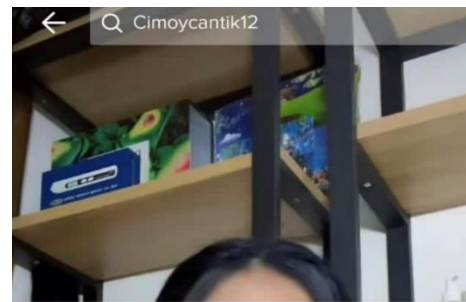
16 komentar



My Dark Things

tetep jelek sih ka percuma

07-25 Balas



49 komentar



My Dark Things

kamu tuh ga cakep kaa, jangan nipu juga.. ga mungkin seinstan itu 😏

07-06 Balas

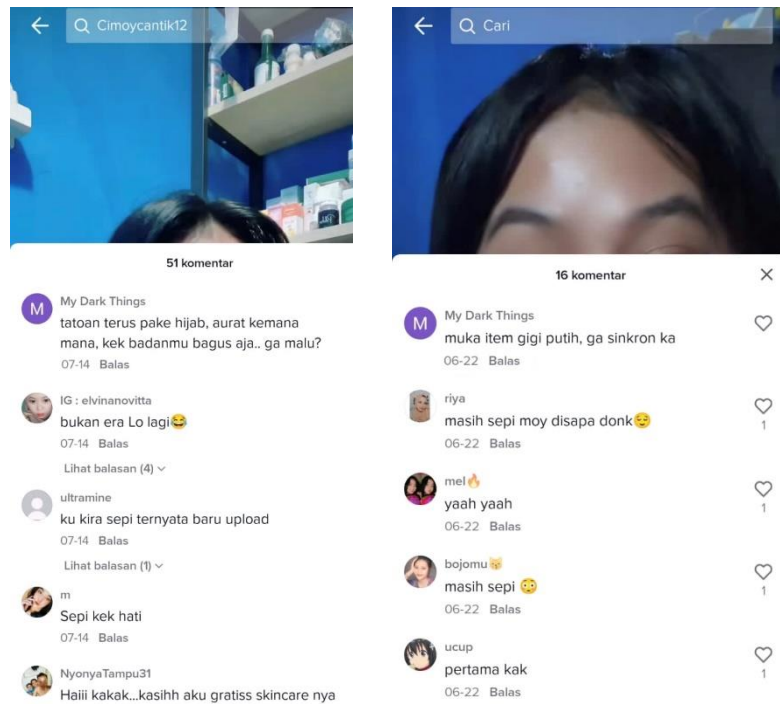


tabasco

karna gue percaya diri

07-06 Balas

Terdapat komentar lain dari akun @Nath24v yang juga mengomentari konten video TikTok @Cimoycantik12 dengan kalimat *body shaming*, dimana ia mengomentari bahwa muka @Cimoycantik12 terlihat jelek dan terlihat cantik hanya ketika menggunakan *filter* TikTok. Komentar negative juga diberikan oleh akun @My Dark Things kepada @Cimoycantik12, ia berkomentar bahwa muka @Cimoycantik12 dan ia dinilai menipu khalayak karena tidak mungkin produk yang ia *endorse* seinstan itu dalam memberikan efek putih glowing.



Gambar 2.3
Komentar *Cyberbullying* di TikTok @Cimoycantik12

Selain itu, akun @My Dark Things juga memberikan komentar di konten video yang berbeda di konten TikTok @Cimoycantik12 dengan tetap memberikan komentar *body shaming* mengenai fisik @Cimoycantik12.



Gambar 2.4
Komentar *Cyberbullying* di TikTok @Cimoycantik12

Selain komentar hinaan terhadap fisik, terdapat akun yang mengomentari @Cimoycantik12 terkait penggunaan hijab yang dinilai hanya untuk menarik khalayak.



Gambar 2.5
Komentar *Cyberbullying* di TikTok @Cimoycantik12

Akun @Estehtariktu juga memberikan komentar kepada TikTok @Cimoycantik12 terkait pengambilan video @Cimoycantik12 yang selalu memamerkan bentuk tubuhnya dan pemakaian hijab @Cimoycantik12. Bentuk-bentuk *cyberbullying* yang diberikan oleh para pelaku di *official account* TikTok @Cimoycantik12 berbeda-beda dalam penggunaan kata dan kalimatnya.

2.3 Media Sosial sebagai Sarana *Cyberbullying*

2.3.1 Media Sosial sebagai Media Baru

Dari data yang diperoleh *Broadband Search*, 42% *cyberbullying* terjadi di media sosial Instagram, 37% di facebook, 31% di snapchat, whatsapp 12%, youtube 10% dan 9% *cyberbullying* terjadi di media sosial twitter (Seitz, 2023). Maraknya fenomena *cyberbullying* yang terjadi di media sosial tersebut dikarenakan para pengguna media sosial dapat dengan mudah memberikan komentar di unggahan video orang lain dengan menggunakan kalimat umpatan, ujaran kebencian yang bersifat menghakimi, mengucilkan, menebar kebencian, menghujat dan kalimat yang berupa ancaman.

Media sosial sebagai *new media* memiliki karakteristik *interactivity*, dimana pada media sosial memungkinkan semua orang sebagai pengguna media sosial dapat terlibat langsung dalam proses diskusi di media sosial. Proses diskusi yang terjadi di media sosial dapat dilihat melalui kolom komentar konten media sosial seseorang. *Interactivity* dalam *new media* memudahkan semua orang untuk mengakses media sosial sebagai tempat untuk

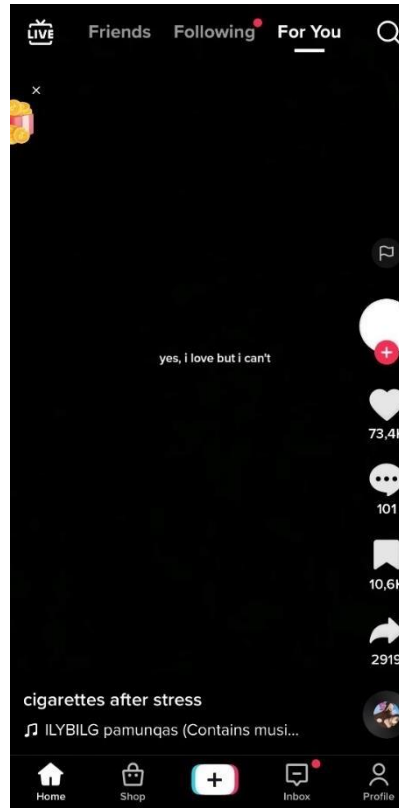
berinteraksi. Kemudahan dan kebebasan tersebut menjadikan media sosial sebagai sarana *cyberbullying*, karena semua orang dapat dengan bebas memberikan pendapat sesuai apa yang mereka pikirkan.

2.3.2 TikTok sebagai Media Sosial

TikTok merupakan salah satu media sosial yang populer di dunia, hal ini dibuktikan oleh data dari *We are Social Hootsuite*, TikTok memiliki 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia. Rata-rata pengguna TikTok berusia 18-24 tahun. Data yang diperoleh dari *We are Social Hootsuite* (2023), menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-2 dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna 109,9 juta. TikTok merupakan aplikasi asal China yang diluncurkan di Indonesia pada akhir tahun 2017, TikTok merupakan salah satu bentuk media sosial. Data yang diperoleh dari Business of Apps pada tahun 2022, pengguna aktif TikTok di dunia mencapai 1,46 miliar jiwa. TikTok merupakan media sosial yang memberikan sarana kepada para pengguna untuk dapat mengekspresikan bakat dan menuangkan ide serta informasi melalui konten video. TikTok memiliki karakteristik new media, dimana TikTok memiliki fitur utama berupa For Your Page (FYP), serta dapat memberikan feedback secara langsung berupa like, comment dan share pada konten pengguna lain. Feedback yang diberikan secara langsung pada konten yang diunggah menjadikan interaksi sosial tersebut sebagai komunikasi dua arah.

TikTok merupakan media sosial, menurut Dave Kerpen, media sosial berisi teks, gambar, dan video yang berhubungan secara online dan dibagikan dengan orang-orang maupun organisasi (Ambar, 2017). TikTok memiliki fitur-fitur yang mudah digunakan bagi khalayak dan dapat memikat banyak khalayak. TikTok juga memberikan kebebasan akses kepada para pengguna untuk memperoleh serta menyebarkan informasi yang mereka inginkan. TikTok juga dapat dijadikan sebagai alat komunikasi, karena memiliki fitur penghubung antar pengguna satu sama lain. TikTok merupakan sebuah media sosial dalam kategori *new media* yang memberikan akses dan tempat bagi para pengguna untuk menuangkan ide dalam bentuk konten video yang dapat diunggah dan nikmati oleh pengguna lain. TikTok pada awalnya hanya berfokus pada sarana hiburan, namun seiring berjalannya waktu TikTok juga digunakan sebagai sarana *marketing*, *shopping*, dan *advertising*. TikTok terus membuat inovasi untuk mempermudah pengguna melalui fitur-fitur yang disediakan. Berikut merupakan fitur-fitur yang terdapat pada TikTok:

a. Fitur pada halaman utama (*Home*)



Gambar 2.6
Tampilan Home Tiktok

Pada tampilan utama (*home*) ini, pengguna dapat mengakses konten video yang diunggah oleh pengguna lain dimana fitur ini dinamakan FYP (*For Your Page*). Video yang muncul di beranda ini merupakan video acak yang dibuat oleh pengguna lain yang tidak dikenal (*stranger*). Terdapat beberapa symbol yang dapat diakses oleh para pengguna, diantaranya:

- Simbol akun profil

Symbol ini terdapat pada bagian kanan video, terdapat simbol (+), dimana pemilik akun dapat mengunjungi profil dan menambahkan akun tersebut sebagai teman (*following*).

- Simbol *love*

Symbol ini merupakan sebuah *feedback* yang dapat diberikan oleh pemilik akun kepada pembuat konten, symbol ini dapat menunjukkan berapa banyak orang yang menyukai video tersebut.

- Simbol komentar

Symbol ini merupakan *feedback* yang dapat diberikan kepada konten video orang lain. Melalui kolom komentar, pengguna dapat menuliskan ekspresi dan respon yang mereka rasakan kepada video tersebut, melalui kolom komentar para pengguna juga dapat melakukan interaksi dengan cara saling membalas komentar.

- Symbol *share*

Symbol ini merupakan opsi apakah kita ingin membagikan video tersebut kepada teman atau orang lain serta apakah kita ingin menyimpannya.

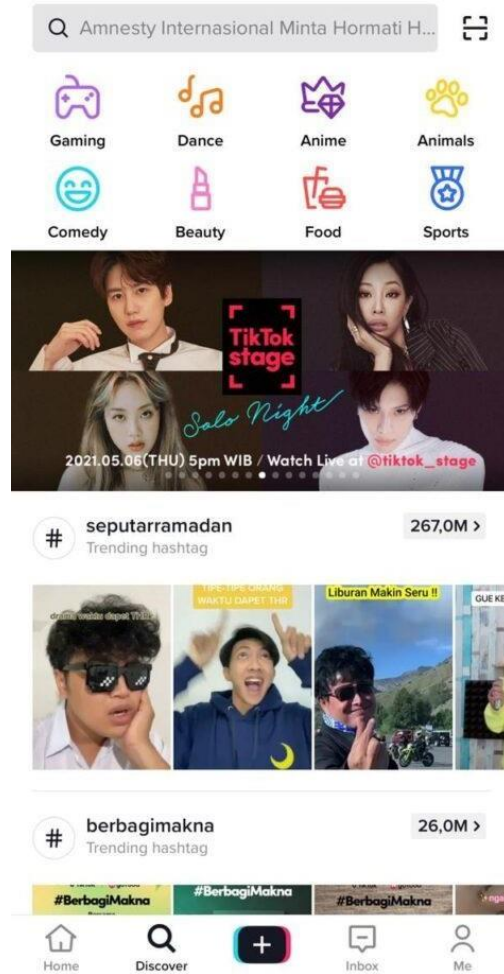
- Symbol pemutar lagu

Pada opsi ini, dapat menunjukkan lagu apa yang digunakan pada video yang diunggah, melalui symbol ini para pengguna lain dapat melihat lagu yang digunakan dan dapat memberikan opsi kepada orang lain untuk ikut menggunakan lagu ini sebagai latar video yang akan dibuat.

- *Caption*

Dibawah nama pengguna, terdapat kalimat yang berisi penjelasan mengenai video yang diunggah, opsi ini dapat diisi maupun tidak tergantung oleh pembuat konten.

b. Fitur *discover* atau *searching*

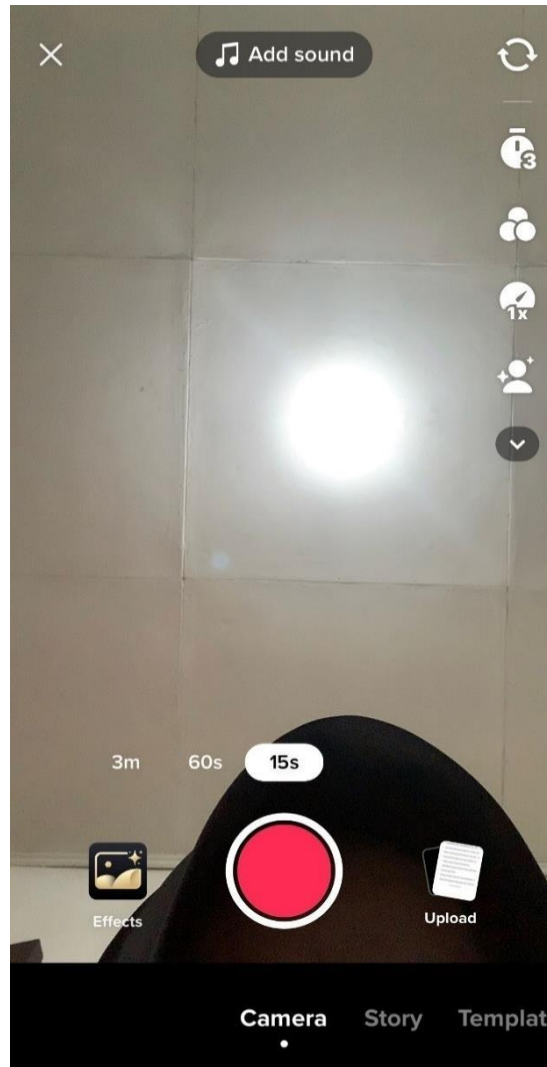


Gambar2.7

Tampilan discover atau searching

Pada fitur ini, pengguna dapat mencari akun pengguna lain berdasarkan *username* TikTok. Dibawah fitur *searching* terdapat beberapa opsi seperti *gaming*, *dance*, *anime*, *animals*, *comedy*, *beauty*, *food* dan *sports*. Opsi tersebut merupakan tema yang pengguna sukai. Melalui opsi tersebut, pengguna dapat mencari konten berdasarkan tema diatas. Dibawah tema, terdapat *hashtag* atau tagar sesuai konten yang sedang *trending* atau populer dan banyak dicari oleh pengguna lain, pengguna juga dapat mengetahui berapa orang yang tertarik menggunakan tagar tersebut.

c. **Fitur pembuat konten atau perekam video**



Gambar 2.8

Tampilan Saat Akan Membuat Konten

Pada fitur ini, merupakan fitur bagi pengguna untuk mengunggah konten, baik foto, video, story maupun template. Terdapat beberapa proses dan fitur yang dapat kita gunakan untuk membuat konten yang akan diunggah, diantaranya sebagai berikut :

- *Add Sound*

Opsi ini merupakan opsi untuk menambahkan lagu maupun suara untuk mengisi background music video yang akan diunggah.

- *Switch*

Opsi ini merupakan opsi untuk memutar kamera depan dan belakang.

- *Timer*

Opsi ini digunakan untuk memotret dengan waktu yang ditentukan.

- *Filter*

Merupakan opsi untuk menambahkan filter bawaan dari TikTok untuk memperindah video yang akan diunggah.

- *Speed*

Opsi untuk mengatur kecepatan video yang kita rekam.

- *Beautify*

Opsi ini merupakan fitur untuk mengedit bentuk wajah kita agar terlihat semakin cantik dan menarik.

- *Clips*

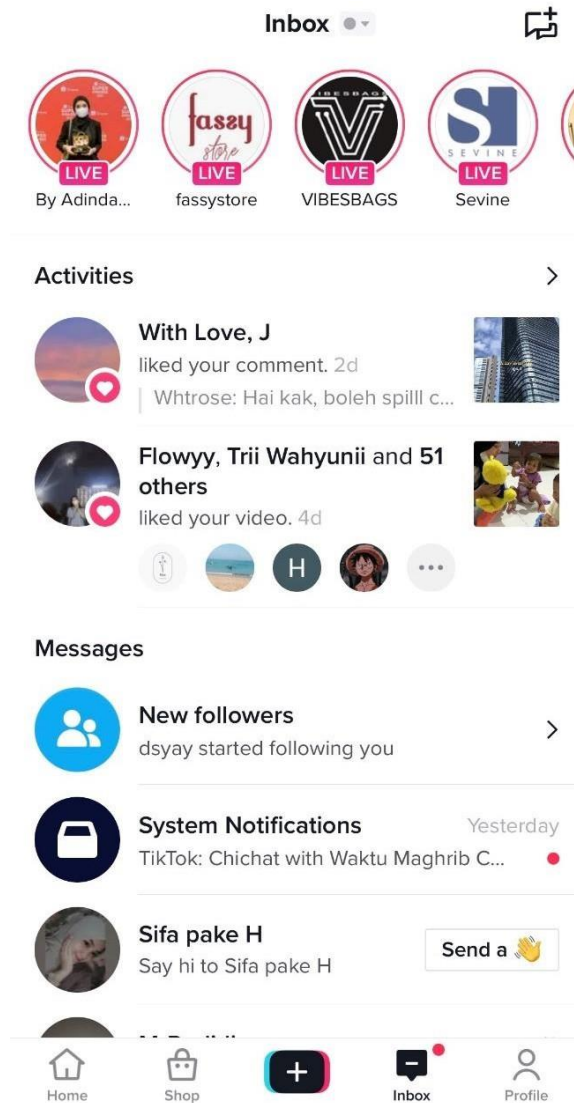
Opsi ini merupakan potongan video yang terdapat pada TikTok untuk ditambahkan kedalam video yang pengguna buat.

- *Q&A*

Merupakan opsi tanya jawab, dimana pertanyaan tersebut diberikan oleh pengguna lain dan akan dijawab oleh pemilik akun.

- Terdapat fitur waktu, dimana pengguna dapat memilih durasi waktu video yang akan mereka buat dan unggah.

d. Fitur Inbox



Gambar 2.9

Tampilan Direct Messages

Fitur inbox merupakan notifikasi mengenai aktivitas apapun yang terjadi di akun TikTok pengguna. Terdapat beberapa opsi dalam fitur ini, yaitu sebagai berikut :

- *Activities*

Fitur ini berisi aktivitas yang terjadi, seperti notifikasi seseorang menyukai, berkomentar maupun menyimpan konten video yang kita unggah, selain itu fitur ini juga memberitahu pengguna beberapa akun yang sedang melakukan *live* atau siaran langsung.

- *Messages*

Fitur ini berisi pesan atau *direct messages* yang pengguna lain kirimkan kepada pemilik akun.

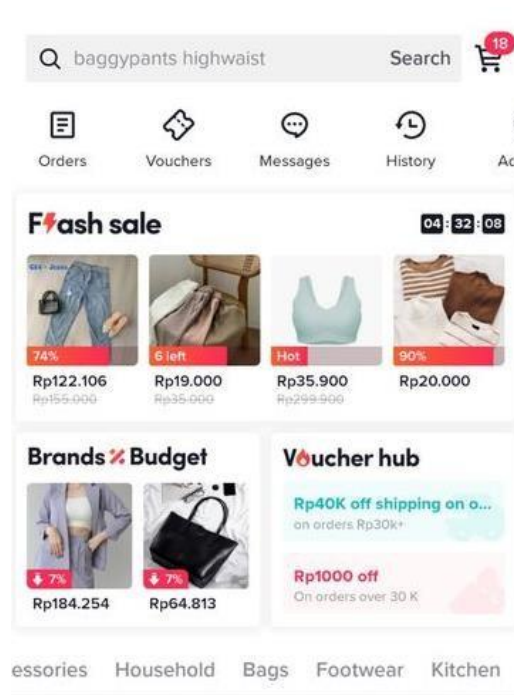
- *New Followers*

Fitur ini berisi notifikasi siapa saja yang mengikuti akun pengguna.

- *System Notifications*

Fitur ini berisi notifikasi mengenai informasi dari akun official TikTok.

e. Fitur TiktokShop

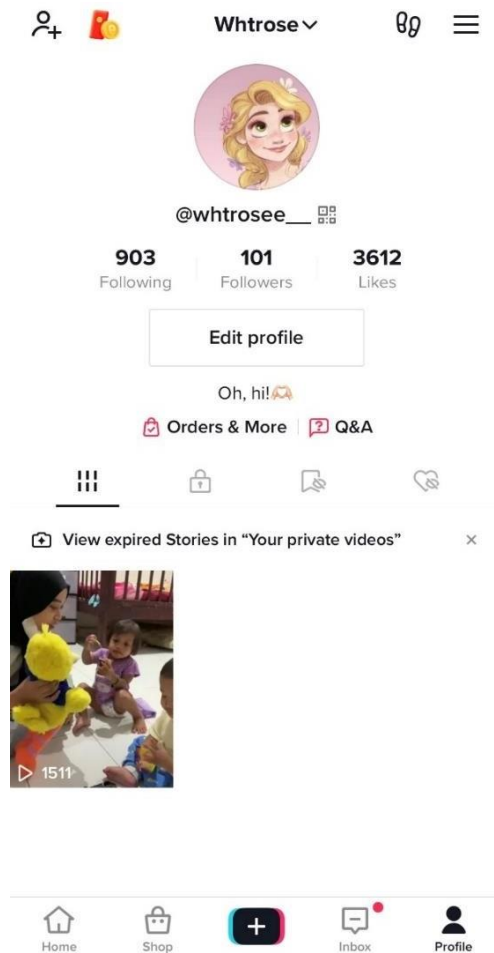


Gambar 2.10

Tampilan Tiktokshop

Fitur ini merupakan inovasi terbaru dari TikTok, dimana saat ini para pengguna TikTok dapat melakukan jual-beli di TikTok. Fitur ini berisi pesanan yang pengguna beli, voucher gratis ongkir dari TikTok, pesan dari penjual, history pembelian, alamat serta terdapat banyak iklan barang yang sedang diskon, terdapat juga fitur keranjang dimana fitur tersebut berisikan barang yang sudah pengguna checkout atau akan pengguna beli.

f. Fitur *Profile Account*



Gambar 2.11

Tampilan Profile Account

Pada fitur profile account terdapat beberapa informasi yang dapat diakses oleh pengguna lain mengenai identitas dan video yang dibuat oleh pemilik akun yang dibagikan kepada orang lain. Berikut merupakan fitur yang ada di profile account :

- Username akun TikTok

Username merupakan nama pemilik atau pengguna akun TikTok

- Symbol gembok

Fitur ini berisi video yang dibuat oleh pengguna namun di mode *privacy*,

dimana hanya pemilik akun yang dapat melihat video ini

- Symbol jejak kaki

Fitur ini memperlihatkan username pengguna lain yang mengunjungi profile pemilik akun. Pemilik akun dapat mengontrol fitur ini, dapat diaktifkan maupun di non aktifkan

- Symbol hati

Fitur ini berisikan video yang disukai oleh pemilik akun

- *Followers*

Memperlihatkan jumlah pengikut dari pemilik akun

- *Following*

Memperlihatkan jumlah pengguna yang diikuti oleh pemilik akun

- *Likes*

Memperlihatkan jumlah likes yang diperoleh oleh pemilik akun.

Terdapat fitur *orders & more* yang hanya dapat diakses oleh pemilik akun, fitur ini berisi barang apa saja yang pemilik akun beli dari TikTokshop. Fitur Q&A merupakan fitur tanya jawab yang dapat dibuat oleh pemilik akun dan dapat diakses oleh pengguna lain.

2.3.3 Kasus *Cyberbullying* di TikTok

Tingginya angka pengguna TikTok di Indonesia dan rata-rata penggunanya adalah seorang remaja, membuat TikTok menjadi salah satu wadah untuk melakukan tindakan *cyberbullying*. Beberapa kasus *cyberbullying* banyak ditemukan di TikTok, hal tersebut karena kemudahan dan kebebasan dalam mengakses TikTok, dimana semua kalangan dapat menggunakan TikTok sebagai wadah untuk menuangkan kreativitas dan pendapat mereka secara bebas. Kebebasan dan kemudahan tersebut yang menjadikan TikTok tempat yang mudah untuk melakukan *cyberbullying*.

Kasus *cyberbullying* di Indonesia pernah dialami oleh Prabowo Mondardo pada tahun 2018. Dikutip dari Detik.com, Prabowo Mondardo atau yang dikenal dengan nama Bowo Alpenlibe adalah seorang remaja berusia 13 tahun yang terkenal berkat

konten yang ia buat di TikTok. Ia mendapat pujian dan *fans* di akun TikTok karena ia memiliki wajah tampan yang sering ia tampilkan pada konten yang ia buat. Namun, pujian tersebut berubah menjadi cacian dan komentar pedas setelah ia menggelar acara *meet and*

greet dengan tarif tiket yang cukup mahal. *Cyberbullying* yang dialami Bowo Alpenliebe terjadi karena kekecewaan para *fans* terhadap paras tampan yang ia tampilkan pada konten TikTok tidak sesuai dengan kenyataan. Serta kekecewaan para *fans* karena tarif *meet and greet* yang dilaksanakan cukup mahal (“Tik Tok Kini Heboh, Masih Ingat Bowo Alpenliebe?,” 2020). *Cyberbullying* yang dialami Bowo Alpenliebe sampai di dengar dan melibatkan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) dan manajemen TikTok (Anisa, 2018).

Kasus *cyberbullying* lainnya juga dialami oleh seorang *influencer* bernama Kekeyi Putri Cantika. Di lansir dari kompasiana.com, Kekeyi mendapatkan *cyberbullying* di akun Youtube miliknya. Ia mendapatkan cacian dan hujatan lantaran mengunggah konten video *make-up* menggunakan balon karet yang diisi dengan air sebagai alat *make-up*. *Cyberbullying* yang didapat oleh Kekeyi berupa *body shaming*, pelaku *cyberbullying* mengomentari video Kekeyi dengan menghina fisik. Tak hanya itu, *cyberbullying* yang dialami oleh Kekeyi juga disebabkan oleh dirinya sendiri, karena sering memancing *netizen* dengan menyebutkan dirinya pada konten yang ia buat sebagai seorang ratu pentol. Selain itu, yang memicu *netizen* melakukan *cyberbullying* pada akun Kekeyi adalah karena Kekeyi sering berganti pasangan dengan maksud ‘*gimmick*’ atau ‘*settingan*’ untuk mendapatkan viewers atau panggung di media (Komariah, 2021).

Hasil penelitian (Annissa, Dewi Kusumaningsih, & Titik Sudiatmi, 2022) menemukan enam bentuk *cyberbullying* pada kolom komentar akun TikTok @Denisecariesta, dimana 11 *cyberbullying* yang ditemukan merupakan bentuk perbuatan yang tidak menyenangkan, 7 bentuk penghinaan, 5 bentuk berita bohong/*hoax*, 4 bentuk Dorongan dan 1 bentuk pencemaran nama baik. Segala aktivitas yang dilakukan dan dipublikasikan oleh *account* @Denisecariesta dan bentuk fisiknya mendapatkan sorotan negative dari pengguna *account* TikTok yang lain.

Tindakan *cyberbullying* juga dialami oleh seorang remaja wanita berusia 20 tahun yang berasal dari Mojokerto, Jawa Timur pada tahun 2021. Dikutip dari kompasiana,

seorang remaja wanita berinisial VA menjadi korban *cyberbullying* di TikTok. Berawal dari VA yang merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan dalam merias wajah, menjadikan VA membuat konten TikTok yang berisi mengenai tutorial *make-up*. Konten video yang ia buat di TikTok menuai banyak komentar pujian dan hujatan dari *netizen* +68.

Hujatan dan komentar negative yang ia dapatkan di konten video TikTok antara lain adalah “*hahahaha, udah jelek malah ditambah make-up kek gitu...*”, “*makin ancur dah mukannya*”, “*udah ga goodlooking malah diancurin tuh muka, mengsedih*”. Menurut VA, komentar negative dan hujatan tersebut membuat dirinya merasa *ter-bully* dan merusak mentalnya (Wibowo, 2021).