

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi saat ini semakin maju dan sangat berpengaruh pada kehidupan manusia. Kemajuan teknologi ini telah menjalar dalam berbagai aspek kehidupan., termasuk aspek komunikasi dan informasi. Internet merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi yang paling banyak digunakan oleh manusia saat ini. Kemunculan internet telah membawa perubahan besar dalam proses komunikasi. Tidak hanya sebagai sumber informasi saja, internet juga menjadi sarana komunikasi untuk membagikan informasi. Berbagai jenis informasi dari yang umum hingga privasi dapat diakses dan disebarakan melalui internet. Seperti yang dikatakan McQuail (2011:118), bahwa internet merupakan pintu yang dapat diakses menuju jagat raya konten dalam dunia maya.

Seiring dengan perkembangannya, jumlah pengguna internet di seluruh dunia terus meningkat. Menurut data statistik digital dan pengguna internet di dunia yang dirilis Hootsuite (We Are Social) pada 24 April 2019, jumlah pengguna internet global mencapai 4,437 miliar orang dari total populasi penduduk 7,697 miliar. Dengan kata lain sebesar 58 persen dari keseluruhan populasi dunia menggunakan internet. Dari jumlah pengguna internet tersebut, banyak yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Tercatat pengguna aktif media sosial mencapai angka yang sangat tinggi yaitu 3,499 miliar orang. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 202 miliar orang (6,1%) dibandingkan dengan jumlah pengguna pada tahun sebelumnya (<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB).

Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna internet pada tahun 2019 mencapai 150 juta orang dari total 268,2 juta penduduk. Dari jumlah tersebut, sejumlah 150 juta orang juga merupakan pengguna aktif media sosial baik yang berbasis *messenger* maupun jejaring sosial. Artinya, dapat dikatakan bahwa hampir semua pengguna internet di Indonesia juga merupakan pengguna aktif media sosial. Penetrasi usia pengguna media sosial tertinggi di Indonesia diduduki oleh rentang usia 18-24 tahun (33%) dan 25-34 tahun (33%), kemudian diikuti oleh usia 13-17 tahun (15%), 35-44 (12%), 45-54 tahun (4,4%), lebih dari 65 tahun (2%), dan 55-64 tahun (1,2%) (<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB).

Gambar 1.1.1 Data Penggunaan Perangkat *Mobile*, Internet, dan Media Sosial di Indonesia



(<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB)

Ada banyak pendapat mengenai pengertian media sosial. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2016), media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Chris Brogan (2010:11), media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Sedangkan menurut Tracy L. Tulen dan Michael R. Solomon (2014) media sosial adalah sarana untuk komunikasi, kolaborasi, serta penanaman secara daring di antara jaringan orang-orang, masyarakat, dan organisasi yang saling terkait dan saling tergantung dan diperkuat oleh kemampuan dan mobilitas teknologi.

Gambar 1.1.2 Data Perilaku Penggunaan Media Sosial di Indonesia

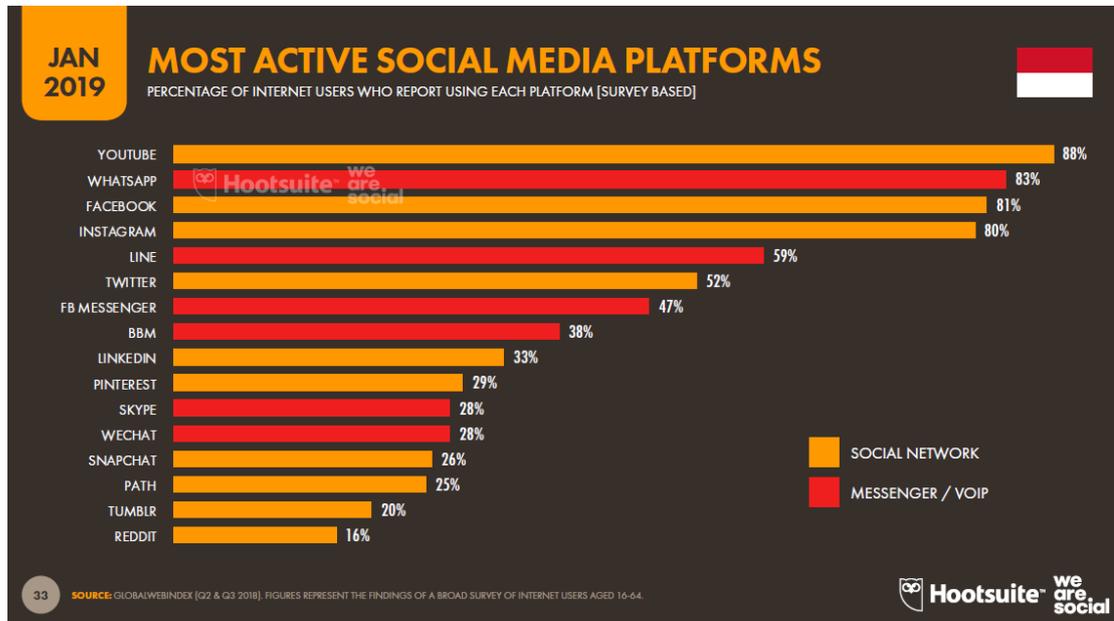


(<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB)

Mengutip hasil penelitian Hootsuite di atas dari seluruh pengguna media sosial di Indonesia, sebanyak 92% secara aktif mengakses media sosial setiap hari dan rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 26 menit per harinya. Tiap satu orang rata-rata

memiliki 11,2 akun media sosial dari *platform* yang bermacam-macam. Beberapa media sosial yan paling banyak digunakan di Indonesia adalah Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, dan Facebook Messenger.

Gambar 1.1.3 Data *Platform* Media Sosial yang Paling Aktif di Indonesia



(<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB)

Media sosial sendiri merupakan medium di internet untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan untuk membentuk ikatan secara virtual (Nasrullah, 2015:11). Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi (Hamidati, dkk., 2011:xii) mengatakan bahwa media sosial disebut jejaring sosial online, bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan dan gerakan massa dapat terbentuk karena kekuatan media online. Sebab apa yang ada di media sosial terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Seiring perkembangan zaman, media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi berbagi pesan pribadi saja. Saat ini, media sosial menjadi platform andalan untuk berbagai

kegiatan komunikasi seperti iklan, promosi, *public relations*, kampanye politik, kampanye perusahaan, hingga kampanye sosial.

Namun, selain beragam manfaat positif seperti di atas, internet dan media sosial juga dapat memberikan dampak negatif. Model komunikasi dalam media sosial yang tidak secara tatap muka membuat orang-orang lebih berani untuk mengungkapkan pendapatnya, termasuk juga menyampaikan opini mengenai orang lain. Terkadang, hal ini sampai membuat orang lain merasa terintimidasi atau *terbully* akibat ungkapan-ungkapan kasar atau mengganggu yang diarahkan kepadanya. *Bullying* yang terjadi di internet atau media sosial ini disebut *cyberbullying*. *Cyberbullying* merupakan tindakan intimidasi atau kekerasan verbal yang dilakukan seseorang melalui media elektronik ataupun media internet. *Cyberbullying* diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu: (1) *Flaming*, mengirimkan pesan elektronik dengan amarah dan bahasa yang kasar dan vulgar (berapi-api); (2) *Harrasment*, secara berulang-ulang mengirimkan pesan yang berisi kata-kata kasar, gangguan dan bahkan ancaman; (3) *Denigration*, mengirim atau mengunggah gosip atau rumor mengenai seseorang untuk merusak reputasinya; (4) *Impersonation*, membajak akun seseorang dan mengirimkan atau mengunggah pesan-pesan yang tidak senonoh; (5) *Outing & Trickery*, menjalin hubungan baik dengan seseorang dan membujuknya untuk memberikan informasi yang sifatnya pribadi lalu menyebarkannya; (6) *Exclusion*, secara sengaja mengeluarkan seseorang dari grup online; serta (7) *Cyberstalking* (Santosa, 2017).

Tindakan *cyberbullying* terjadi di berbagai belahan dunia. Dari hasil survei yang dirilis UNICEF pada September 2019, menunjukkan bahwa sebanyak 1 dari 3 orang-orang usia muda di 30 negara menyatakan bahwa mereka pernah mengalami *cyberbullying*. Survei ini dilakukan dengan 170.000 responden berusia 13-24 tahun yang berasal dari berbagai negara termasuk Indonesia (www.unicef.org/press-poll

[more-third-young-people-30-countries-report-being-victim-online-bullying](#), diakses pada 12 November 2019 pukul 00:06 WIB).

Pemerintah Indonesia sebenarnya sudah membuat larangan tindakan *cyberbullying* melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 28 ayat 1 mengatur tentang orang yang dengan sengaja menyebarkan berita bohong dan menyesatkan serta merugikan orang lain. Ancaman pidananya yaitu penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda maksimal 1 miliar rupiah. Sedangkan pasal 28 ayat 2 yang mengatur tentang orang yang dengan sengaja menyebarkan informasi yang tujuannya untuk menimbulkan rasa kebencian dan permusuhan berdasarkan SARA antar individu atau kelompok, dengan ancaman pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda maksimal 1 miliar rupiah.

Sayangnya, menurut Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia 2018 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 49% pengguna internet mengaku pernah mengalami *bully* dalam bentuk diejek atau dilecehkan di media sosial (<https://databoks.katadata.co.id/2019/05/16/survei-apjii-49-pengguna-internet-pernah-dirisak-di-medsos>, diakses pada 11 November 2019 pukul 23:54 WIB).

Mengutip dari www.akurat.co, Komisi Perlindungan Anak Indonesia menyatakan bahwa kasus *cyberbullying* di Indonesia saat ini meningkat pesat. Pada tahun 2018, kasus yang tercatat mencapai 209 kasus. Jumlah ini sangat berbeda jauh dengan tahun 2015 yang nihil, alias nol kasus (<https://akurat.co/gayahidup/id-697514-read-cyber-bullying-meningkat-pesat-catat-pesan-kpai>, diakses pada 14 Februari 2020 pukul 22.20 WIB). Meskipun jumlah kasus 209 bisa dibilang rendah jika dibandingkan jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang mencapai 150 juta orang, namun jumlah ini bukan jumlah riil keseluruhan kasus *cyberbullying* yang terjadi di Indonesia.

Mengingat data tersebut hanya berdasarkan pelaporan dari masyarakat. Di balik angka itu, tentu ada banyak kasus serupa yang tidak dilaporkan. Sebab kita sendiri tidak jarang melihat tindak *cyberbullying* terjadi di sekitar kita.

Contoh-contoh kasus *cyberbullying* di Indonesia dapat kita lihat dengan mudah melalui pemberitaan yang ada di berbagai media massa. Bentuk *cyberbullying* yang diberitakan cukup beragam, mulai dari komentar negatif atau kasar kepada seseorang di media sosial, teror melalui pesan-pesan pribadi, pembajakan akun berujung pemerasan, dan lain sebagainya. Korbannya pun beragam, mulai masyarakat biasa, selebritis, hingga politikus. Pelakunya juga bisa merupakan individu maupun kelompok.

Beberapa contoh kasus *cyberbullying* yang sempat ramai diberitakan media adalah kasus Bowo Alpenliebe, remaja berusia 13 tahun yang namanya tenar berkat aplikasi TikTok yang dihujat dengan kata-kata kasar hingga ancaman di media sosial karena diduga menggelar acara *meet and greet* dengan biaya yang mahal. Permasalahan ini bahkan sampai melibatkan KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) dan manajemen TikTok. Kasus ini mengakibatkan aplikasi TikTok diblokir untuk sementara waktu oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika karena dianggap menimbulkan dampak negatif terutama bagi remaja (<https://m.detik.com/news/berita/d-4106505/disesalkan-bowo-alpenliebe-tik-tok-dilanda-bullying>, diakses pada 9 Januari 2020 pukul 12.03 WIB).

Ada juga kasus saling serang di media sosial antara Lucinta Luna dengan sekumpulan selebgram (selebriti Instagram) di media sosial yang baru-baru ini terjadi. Mereka saling mengejek dan mengancam satu sama lain dengan kata-kata yang sangat kasar. Kata-kata kasar tersebut disampaikan secara langsung dan juga melalui tulisan. Mulai dari mencela fisik, memanggil dengan sebutan goblok, lonte (wanita murahan),

tengkorak hidup, bajingan, bangsat, hingga menyamakan seseorang sebagai anjing atau babi. Kasus ini ramai diberitakan televisi dan media online.

Gambar 1.1.4 Contoh *cyberbullying* yang dilakukan Lucinta Luna



(<https://www.instagram.com/lucintaluna>, diakses 7 Januari 2020 pukul 18.16 WIB)

Meskipun *cyberbullying* terjadi di dunia maya, namun dampaknya bisa nyata. Seperti kasus seorang anak di Bandung yang menyerang temannya setelah berseteru secara verbal di media sosial, atau Audrey yang mengalami kekerasan fisik oleh sekelompok remaja setelah saling cekcok dan ejek di media sosial. Kasus Audrey menjadi sorotan besar media massa setelah #JusticeforAudrey bermunculan di media sosial. Bowo TikTok juga terpaksa harus keluar dari sekolah menengah pertamanya dan beralih ke *homeschooling* setelah dirundung teman-teman di sekolahnya akibat kasusnya di media sosial.

Kirk R. Williams dan Nancy G. Guerra (2017), ada tiga hal yang bisa menjadi prevalensi dan prediktor *cyberbullying*, yaitu:

1. *Moral approval of bullying*. Persepsi atau persetujuan secara moral seseorang terhadap tindakan *bully* baik fisik, verbal, maupun internet.
2. *Perceived school climate*. Iklim yang dirasakan seseorang di lingkungan sekolah, seperti kepercayaan, keadilan, kebahagiaan.
3. *Perceived peer support*. Dukungan teman sebaya yang dirasakan seseorang, seperti rasa saling percaya, saling peduli, saling membantu.

Albert Bandura mengatakan melalui Teori Belajar Sosial bahwa perilaku agresif (termasuk juga *cyberbullying*) merupakan perilaku yang dipelajari dari pengalaman masa lalu, pengamatan langsung (imitasi), penguah positif, dan karena stimulus diskriminatif. Perilaku agresif juga dapat dipelajari melalui model yang dilihat dalam keluarga, lingkungan kebudayaan setempat atau melalui media massa (Bandura dalam Susantyo, 2011). Disamping itu, perilaku agresi dapat meningkat atau menurun tergantung sejauh mana penguah/penguat diterima. Perilaku agresi yang disertai penguah positif akan meningkatkan perilaku agresi. Penguah positif dalam konteks sehari-hari seringkali diekspresikan dengan persetujuan verbal dari orang-orang di sekelilingnya (Wiggins, dalam Susantyo, 2011).

Sebagai sebuah perilaku, *cyberbullying* juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal. Salah satunya media sosial. Media sosial sebagai medium komunikasi memberi wadah siapapun, kapanpun, dimanapun untuk berinteraksi dalam berbagai bentuk. Mulai dari teks, gambar, suara, video, dan lainnya. Media sosial mampu meningkatkan ikatan sosial, baik yang bersifat baik maupun tidak. *Cyberbullying* muncul dari interaksi-interaksi yang terjadi di internet, khususnya media sosial. Seperti yang dikatakan Balakrishnan (2015) dalam jurnalnya, orang yang menghabiskan waktu

online lebih banyak juga lebih banyak terpapar resiko seperti *cyberbullying*, stalking, dan lain sebagainya. Semakin banyak seseorang beraktifitas di media sosial, maka semakin banyak dan beragam informasi yang menerpanya. Hal ini, juga akan meningkatkan kemungkinan baginya untuk terlibat dalam *cyberbullying*.

Selain media sosial, lingkungan sosial terdekat seperti teman-teman sebaya juga cukup berpengaruh dalam membentuk perilaku seseorang. Jika kita perhatikan dari contoh-contoh kasus *cyberbullying* Bowo TikTok, Audrey, ataupun Lucinta Luna, terdapat peran dari kelompok atau *peer group* di dalamnya. Sebagaimana dikatakan oleh Bandura, *peer group* menentukan seseorang dalam bertindak (Bryant, Jennings & Oliver, 2009:94). *Peer group* merupakan suatu bentuk kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhan manusia akan hidup dan saling membutuhkan serta memiliki kesamaan satu sama lain. Hal itu berupa keyakinan, nilai-nilai, norma dan lain-lain. *Peer group* bisa saja datang dari orang yang kita anggap penting keberadaannya seperti orang yang status sosialnya lebih tinggi, orang tua, teman sebaya, istri, suami atau teman dekat (Azwar, 2015:32).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berusaha untuk melihat pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas *peer group* dengan tingkat perilaku *cyberbullying*.

1.2 Perumusan Masalah

Media sosial idealnya merupakan medium di internet untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan untuk membentuk ikatan secara virtual. Media sosial dapat memberikan beragam manfaat positif jika digunakan dengan baik dan bijak.

Namun seiring berjalannya waktu, media sosial tidak hanya digunakan untuk kegiatan yang positif saja. Kasus *cyberbullying* terus bermunculan. *Cyberbullying* yang terjadi bisa saja merupakan dampak ataupun penyebab dari *bullying* tradisional. Angka *cyberbullying* yang terus naik tiap tahunnya menunjukkan bahwa banyak orang yang tidak mampu menggunakan media sosial secara bijak.

Ada banyak faktor yang dapat membuat seseorang melakukan *cyberbullying*, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal tersebut di antaranya adalah media dan orang-orang sekitar. Media sosial sebagai media untuk berkomunikasi memberi wadah siapapun, kapanpun, dimanapun untuk berinteraksi dalam berbagai bentuk. Mulai dari teks, gambar, suara, video, dan lainnya. Media sosial mampu meningkatkan ikatan sosial, baik yang bersifat baik maupun tidak. *Cyberbullying* muncul dari interaksi-interaksi yang terjadi di internet, khususnya media sosial. Semakin intens seseorang mengonsumsi media sosial maka semakin banyak pula terpaan yang diterimanya. Orang-orang di sekitar kita terutama kelompok teman sebaya (*peer group*) juga memiliki andil dalam menentukan bagaimana kita memandang dan bertindak akan sesuatu. Sehingga dari uraian di atas, didapat rumusan masalah seperti apakah ada pengaruh positif antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas kelompok teman sebaya terhadap tingkat perilaku *cyberbullying* baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan adanya pengaruh positif antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas kelompok teman sebaya terhadap tingkat perilaku *cyberbullying* secara bersama-sama dan sendiri-sendiri.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terhadap kajian dalam ilmu komunikasi yang terkait dengan media sosial, *cyberbullying*, dan psikologi komunikasi mengenai perilaku dalam mengaplikasikan pesan media oleh khalayak. Serta sebagai bahan acuan dan referensi untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa mendatang.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas kelompok teman sebaya terhadap tingkat perilaku *cyberbullying*.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman baru kepada masyarakat mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas kelompok teman sebaya terhadap tingkat perilaku *cyberbullying*.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of the Art.

1.5.1.1 *Social-Ecological Correlates of Cyberbullying Victimization and*

Perpetration Among African American Youth: Negative Binomial and Zero-Inflated Negative Binomial Analyses

Sujung Cho, Hannarae Lee, Anthony A. Peguero, Seong-min Park melakukan studi ini karena kemajuan teknis dan popularitas media sosial dalam kehidupan remaja, ada kepedulian sosial dan kebijakan yang berkembang tentang *cyberbullying* dan viktimisasi. Namun, penelitian tentang viktimisasi dan kejahatan *cyberbullying* di kalangan pemuda Afrika-Amerika masih terbatas. Studi ini berfokus pada sampel

nasional yang mewakili 2560 pemuda Afrika-Amerika. Data diambil dari Perilaku Kesehatan 2009-2010 pada Anak-anak usia sekolah, binomial negatif dan analisis binomial negatif nol-digabungkan dimasukkan, dan pendekatan sosial-ekologis diterapkan untuk memeriksa korelasi viktimisasi penindasan dan kejahatan *cyberbullying* di antara warga Amerika Afrika.

Hasil mengungkapkan bahwa pemantauan ayah dan kegiatan tidak terstruktur dengan rekan-rekan (*peer*) memiliki efek yang signifikan pada kemungkinan mengalami *cyberbully* ataupun terlibat dalam *cyberbullying* dalam kedua analisis. Selain itu, remaja yang berbicara lebih banyak tentang masalah mereka dengan teman-teman cenderung tidak akan mengalami *cyberbullying*. Lebih lanjut, kaum muda yang menghabiskan lebih sedikit waktu menggunakan komputer memiliki kemungkinan lebih rendah untuk terlibat dalam penindasan *cyber*. Signifikansi dan implikasi dari pendekatan sosial-ekologis untuk kejahatan *cyberbullying* pemuda Afrika-Amerika dan juga dibahas

1.5.1.2 Prevalence and Predictors of Internet Bullying

Tujuan dari penelitian disusun oleh Kirk R. Williams dan Nancy G. Guerra pada tahun 2017 ini adalah untuk membandingkan prevalensi *cyberbullying* dengan *bullying* fisik dan verbal di antara anak laki-laki dan perempuan usia sekolah dasar, menengah pertama, dan menengah atas. Selain itu, juga untuk memeriksa apakah prediktor utama *bullying* fisik dan verbal juga memprediksi *cyberbullying*.

Penelitian ini disusun sebagai bagian dari inisiatif pencegahan penindasan di seluruh negara bagian. Sebanyak 3.339 remaja di Kelas 5, 8, dan 11 dilibatkan untuk menyelesaikan kuesioner di 78 lokasi sekolah di Colorado selama musim gugur 2005. Kemudian, sebanyak 2.293 sampel asli berpartisipasi dalam survei tindak lanjut di 65 lokasi sekolah pada musim semi tahun 2006. Kuisisioner mencakup ukuran-ukuran

tindakan intimidasi dan viktimisasi, kepercayaan normatif tentang intimidasi, persepsi dukungan sosial teman sebaya, dan persepsi iklim sekolah.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat prevalensi tertinggi ditemukan untuk verbal, diikuti oleh fisik, dan kemudian oleh intimidasi internet. Intimidasi fisik dan internet memuncak di sekolah menengah pertama dan menurun di sekolah menengah atas. Penindasan verbal memuncak di sekolah menengah pertama dan tetap relatif tinggi selama sekolah menengah atas. Laki-laki lebih cenderung untuk melaporkan intimidasi fisik daripada perempuan, tetapi tidak ada perbedaan gender yang ditemukan untuk internet dan intimidasi verbal. Ketiga jenis intimidasi secara signifikan terkait dengan kepercayaan normatif yang menyetujui intimidasi, iklim sekolah yang negatif, dan dukungan sebaya yang negatif.

1.5.1.3 Cyberbullying Among Young Adults in Malaysia: The Roles of Gender, Age and Internet Frequency

Melalui studi yang dilakukan pada tahun 2015 ini, Vimala Balakrishnan menyelidiki tingkat pengalaman orang dewasa (N = 393; 17-30 tahun) dalam *cyberbullying*, dari perspektif cyberbullies (pelaku) dan korban *cyber* menggunakan survei kuesioner online. Tingkat prevalensi keseluruhan menunjukkan *cyberbullying* masih ada setelah tahun-tahun sekolah.

Tidak ada perbedaan gender yang signifikan yang dicatat, namun perempuan lebih banyak sebagai *cyberbullies* dan korban *cyberbullying* dibandingkan laki-laki. Secara keseluruhan tidak ada perbedaan signifikan yang dicatat untuk usia, tetapi peserta yang lebih muda ditemukan lebih banyak terlibat dalam kegiatan *cyberbullying* (baik korban dan pelaku) daripada peserta yang lebih tua. Perbedaan signifikan dicatat untuk frekuensi Internet dengan mereka yang menghabiskan 2-5 jam online setiap hari dilaporkan lebih mungkin menjadi korban dan terlibat dalam *cyberbullying* daripada

mereka yang menghabiskan kurang dari satu jam setiap hari. Frekuensi internet juga ditemukan untuk secara signifikan memprediksi *cyber*-viktimisasi dan *cyberbullying*, yang menunjukkan bahwa ketika waktu yang dihabiskan untuk Internet meningkat, demikian juga peluang untuk diganggu dan menggertak seseorang.

Akhirnya, hubungan signifikan yang positif ditemukan antara para korban *cyber* dan *cyberbullies* yang menunjukkan bahwa ada kecenderungan bagi para korban *cyber* untuk menjadi *cyberbullies*, dan sebaliknya. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa insiden *cyberbullying* masih terjadi, meskipun mereka tidak merajalela sebagaimana diamati di antara pengguna yang lebih muda.

1.5.1.4 Factors related with cyberbullying among the youth of Jakarta, Indonesia

Penelitian ini disusun oleh Santi Gusti Handono, Kasetchai Laeheem, Ruthaychonnee Sittichai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur hubungan antara berbagai variabel penentu dan perilaku *cyberbullying* di kalangan pemuda di Jakarta, Indonesia. Enam variabel penentu diperiksa termasuk faktor-faktor pendukung sosial yang dirasakan (dukungan sosial dari keluarga dan teman-teman), faktor cyber (penggunaan Internet yang bermasalah dan waktu yang dihabiskan online), dan faktor psikologis (sikap terhadap penindasan cyber dan harga diri). Metode Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sebanyak 210 orang muda berpartisipasi dalam penelitian ini. Korelasi product moment Pearson digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel penentu dan kemungkinan *cyberbullying*, dan regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terkait dengan *cyberbullying*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari enam variabel penentu, lima terkait dengan perilaku *cyberbullying*. Dukungan sosial dari teman-teman diketahui memiliki hubungan terkuat dengan perilaku *cyberbullying*.

Harga diri, dukungan sosial dari keluarga, sikap terhadap *cyberbullying*, dan penggunaan Internet yang bermasalah juga ditemukan terkait dengan perilaku *cyberbullying*.

1.5.1.5 *An Examination of Cyber-bullying and Social Media Use in Teens: Prevalence, Attitudes and Behavior*

Penelitian ini dilakukan oleh Martha Mendez-Baldwin, Krista Cirillo, Matthew Ferrigno, dan Victoria Argento. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti prevalensi *cyber-bullying* serta sikap dan perilaku terkait dengan penindasan di dunia maya di antara remaja. Penelitian ini melibatkan 359 remaja. Hal yang difokuskan adalah pengalaman dengan *cyber-bullying* dan kemungkinan berbagi pengalaman dengan orang tua, guru, dan orang dewasa lainnya. Selain itu informasi tentang penggunaan teknologi dan media sosial juga diperiksa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para responden menghabiskan rata-rata 3 jam sehari untuk kegiatan mereka menggunakan komputer, tablet, atau smartphone untuk hal-hal selain tugas sekolah. Sebagian besar responden mengaku menggunakan 2 atau lebih situs media sosial. Dari hasil tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan antara banyaknya jaringan sosial yang digunakan dan jumlah penindasan maya yang pernah mereka alami ataupun lakukan. Lebih lanjut, hasil menunjukkan bahwa orang tua adalah faktor kunci dalam pengalaman dan paparan *cyber-bullying*.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya kontribusi pada pemahaman yang lebih jelas mengenai penggunaan internet dan situs media sosial oleh remaja. Sebagian besar remaja dilaporkan menghabiskan banyak waktu di perangkat elektronik mereka dan berbagai situs media sosial yang berbeda. Meningkatnya penggunaan teknologi dan media sosial memungkinkan peluang yang lebih besar dalam hal penindasan dunia

maya. Tidak mengherankan bila terdapat korelasi positif antara jumlah jejaring sosial digunakan dan jumlah pengalaman penindasan maya yang dimiliki siswa. Hal ini mendukung temuan sebelumnya tentang meningkatnya prevalensi teknologi dan *cyberbullying*.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:42), paradigma penelitian adalah pola hubungan antara variabel yang akan diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (positivistik), dimana paradigma positivistik selalu berupa melakukan penelitian dengan mengevaluasi satu hubungan antar variabel dan hubungannya bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Di dalam penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas atau independen, dan satu variabel terikat atau dependen. Variabel bebas yang pertama adalah intensitas penggunaan media sosial, variabel bebas yang kedua adalah tingkat konformitas kelompok teman sebaya (*peer group*), sedangkan variabel terikatnya adalah tingkat perilaku *cyberbullying*.

1.5.3 Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* muncul pertama kali di tahun 1940 sampai 1950. Pada tahun 1974, Elihu Katz, Herbert Blumberg dan Jay G. Gurevitch memperkenalkan kembali teori ini melalui bukunya yang berjudul *The Use of Mass Communication: Current Perspectives on gratification*. Teori *Uses and Gratification* ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut (McQuail, 2011).

Katz, Gurevitch dan Haan (dalam Efendy, 2005) menjelaskan bahwa kebutuhan manusia dipengaruhi oleh lingkungan sosial, afiliasi kelompok, dan ciri-ciri kepribadian sehingga terciptalah kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang meliputi kebutuhan kognitif, afektif, pribadi secara integratif, sosial secara integratif, dan pelepasan ketegangan.

Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi mengenai pemahaman dan lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan dengan hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan dan memuaskan rasa keingintahuan kita. Kebutuhan afektif yaitu berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estis menyenangkan emosional. Kebutuhan ini mengacu pada kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dari segi perilaku yang menyenangkan. Kebutuhan pribadi secara integratif yaitu kebutuhan ini berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual yang diperoleh dari hasrat dan harga diri. Kebutuhan sosial secara integratif yaitu berkaitan dengan peneguhan kontak bersama keluarga, teman dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat berealisasi berkaitan. Sedangkan kebutuhan pelepasan ketegangan yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, tegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

Pendekatan *uses and gratifications* lebih mengarah kepada perhatian penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemuasan (*gratification*) terhadap kebutuhan seseorang, yang mana dalam teori ini khalayak yang aktif, secara sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2011:217).

Ada beberapa motif yang dimiliki seseorang dalam menggunakan media. Dari motif-motif tersebut seseorang memiliki kebutuhan mendasar dengan menggunakan media. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seseorang menggunakan media karena

didorong oleh beraneka ragam motif. Menurut McQuail (2011:98), motif tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Informasi

Misalnya mencari berita tentang peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan, memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, serta belajar/pendidikan diri sendiri.

2. Identitas pribadi

Misalnya menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media), dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Integritas dan interaksi sosial

Misalnya memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, memperoleh teman, membantu menjalankan peran sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman, dan masyarakat.

4. Hiburan

Misalnya melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi.

Menurut Palmgreen (2001:27), motif-motif diatas biasa disebut *Gratification Sought*, yaitu kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak suatu

media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Pendekatan *Uses and Gratifications* memiliki lima asumsi dasar, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya.
4. Tujuan penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum meneliti lebih dahulu orientasi khalayak (Rakhmat, 2011: 205).

1.5.4 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Ajzen (Fishbein & Ajzen, 1975:290) menuturkan bahwa intensitas adalah suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan tindakan tertentu. Seseorang yang melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah pola tindakan dan perilaku yang sama, yang di dalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhannya. Sesuatu yang menyangkut tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu memiliki jumlah volume tindakan serta memiliki intensitas.

Intensitas melibatkan empat elemen, yaitu: alasan/motivasi, keseringan situasi (frekuensi) dimana sebuah perilaku terjadi, waktu atau durasi suatu perilaku terjadi, dan *special attention* atau konsentrasi (Fishbein & Ajzen, 1975:292). Andarwati dan

Sankarto (2005) juga mengemukakan aspek intensitas penggunaan media yaitu mencakup frekuensi dan durasi dalam menggunakannya.

Dari beberapa pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa elemen dalam intensitas adalah motif penggunaan, waktu (yang terdiri dari durasi kegiatan dan frekuensi kegiatan), serta atensi.

1. Motif

Motif adalah alasan yang mendorong seseorang untuk menggunakan media tertentu. Dari motif-motif tersebut seseorang memiliki kebutuhan mendasar dengan menggunakan media. Motif penggunaan media sosial terdiri dari motif informasi, identitas pribadi, interaksi dan integritas sosial, serta hiburan McQuail (2011:98).

2. Waktu

Waktu penggunaan terdiri dari durasi dan frekuensi. Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu, misalnya per menit atau per jam. Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu, misalnya per hari, per minggu, atau per bulan (Andarwati dan Sankarto, 2005).

3. Atensi

Atensi adalah proses mental atau stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Atensi meliputi apakah seseorang mengakses pemberitaan dengan melakukan kegiatan lain, mengakses dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan mengakses dengan melakukan diskusi (Ardianto & Erdinaya, 2004:164).

Media sosial sendiri memiliki pengertian sebagai sebuah medium di internet untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan untuk membentuk ikatan secara virtual (Nasrullah, 2015:11).

Sehingga dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah suatu ukuran kuantitatif mengenai seberapa lama, seberapa sering dan seberapa konsentrasinya seseorang dalam menggunakan media sosial.

1.5.5 Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya (*Peer Group*)

Konformitas, menurut Rakhmat (2011:149) terjadi ketika sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu dan ada kecenderungan para anggota lainnya mengatakan atau melakukan hal yang sama. Hal ini selaras dengan pendapat Chaplin (2011: 105), ia menjelaskan bahwa konformitas merupakan kecenderungan untuk memperbolehkan suatu tingkah laku seseorang dikuasai oleh sikap dan pendapat yang sudah berlaku di kelompoknya. Dalam hal ini seseorang bersedia untuk mengubah sikap dan perilaku secara sadar sebagai keinginannya sendiri untuk mengikuti kepercayaan atau standar yang ditetapkan oleh kelompok. Selain atas dasar keinginannya sendiri untuk merubah sikap dan tingkah laku sesuai dengan norma kelompok, seseorang juga mengikuti norma kelompok karena adanya tekanan-tekanan dari kelompok untuk bertingkah laku dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan kelompok.

Menurut Santrock (2002:44), kelompok teman sebaya atau *peer group* adalah sekumpulan individu yang punya hubungan erat dan saling tergantung. *Peer group* merupakan salah satu bentuk dari kelompok sosial. Pengaruh yang ditukarkan dapat

berupa orientasi, nilai-nilai, dan norma yang disepakati oleh orang yang tergabung di dalam kelompok tersebut. Fungsi utama dari sebuah *peer group* adalah untuk menyediakan berbagai informasi mengenai dunia luar. Orang yang biasanya dianggap penting bagi individu di antaranya adalah orang tua, orang yang status sosialnya lebih tinggi, teman sebaya, teman dekat, guru, teman bekerja, istri atau suami, dan lain-lain (Azwar, 2015:32).

Menurut Reber dan Reber (2010: 192) terdapat tiga jenis konformitas dalam kelompok teman sebaya yang dapat mengubah sikap dan perilaku remaja, yaitu:

1. *Behavioral conformity* (konformitas perilaku)

Kecenderungan mengikuti apa saja yang menjadi kemauan kelompok, berusaha bertindak dengan cara-cara yang konsisten dengan mayoritas.

2. *Attitudinal conformity* (konformitas sikap)

Kecenderungan untuk mengubah sikap atau kepercayaan sebagai respon terhadap tekanan atau tuntutan dari kelompok entah menghasilkan perubahan perilaku pada individu tersebut atau tidak

3. *Personality trait conformity* (konformitas untuk kepribadian)

Kecenderungan khas yang mendasar dari kepribadian individu untuk berubah di bawah pengaruh perilaku dan sikap orang lain atau kelompok yang dianutnya.

Menurut Sears, Freeman, dan Peplau (2006), indikator dari konformitas meliputi kepercayaan, kesepakatan, ketaatan, dan penyesuaian.

1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah besar keyakinan individu terhadap kelompoknya sebagai sumber informasi yang benar. Bentuk kepercayaan dapat berupa percaya pada setiap informasi yang disampaikan oleh teman-teman dan kesediaan menceritakan rahasia ke teman-teman kelompoknya.

2. Kesepakatan

Kesepakatan adalah bentuk pengaruh sosial yang dapat menekan orang lain untuk menyesuaikan pendapatnya dengan kesepakatan yang sudah dibentuk. Bentuk kesepakatan bisa berupa sependapat dengan teman kelompok bila membuat suatu keputusan

3. Ketaatan

Ketaatan adalah respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu. Bentuknya bisa berupa mengikuti segala kegiatan dan hal yang berkaitan dengan kelompok.

4. Penyesuaian

Penyesuaian diri dengan norma dan nilai yang berlaku dalam kelompok. Bentuk penyesuaian dalam kelompok teman sebaya dapat berupa berperilaku sesuai dengan aturan kelompok agar dapat diterima di lingkup pertemanan.

Atas pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat konformitas kelompok teman sebaya (peer group) ialah tingkat suatu perubahan sikap dan tingkah laku individu sesuai dengan norma yang berlaku dalam kelompok yang anggotanya terdiri dari anak-anak yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama karena adanya keinginan untuk diterima dan menjadi bagian dari kelompok tersebut.

1.5.6 Tingkat Perilaku *Cyberbullying*

Menurut Usman Efendi (1985:87), perilaku muncul karena adanya faktor pendorong yang menyebabkan timbulnya suatu kekuatan sehingga individu bertindak. Faktor pendorong tersebut ada yang berasal dari dalam diri individu yang meliputi keyakinan, motivasi, tingkat emosional dan jenis kelamin. Kemudian juga terdapat faktor

pendorong dari luar diri seseorang yang meliputi pengetahuan, pendidikan, pengalaman, lingkungan, dan sebagainya.

Cyberbullying dapat diartikan sebagai aktivitas agresif yang dilakukan melalui teknologi/alat elektronik/media sosial yang bersifat merugikan atau menimbulkan pelecehan kepada orang lain dan terjadi secara berulang-ulang (Hinduja dan Patchin dalam Budiarti, 2016: 4). *Cyberbullying* bisa juga disebut sebagai bullying telah berkembang menjadi masalah yang lebih luas. *Cyberbullying* memungkinkan pelaku untuk merahasiakan identitasnya. Anonimitas tersebut dapat memudahkan pelaku untuk lebih leluasa melakukan agresi terhadap korbannya tanpa harus melihat reaksi fisik korban.

Menurut Santosa, *cyberbullying* memiliki delapan bentuk (2017: 34), antara lain:

1. *Flaming* (Perselisihan)

Flaming adalah perselisihan yang awalnya hanya melibatkan dua orang dan kemudian menyebarluas sehingga melibatkan banyak orang.

2. *Harassment* (Pelecehan)

Harassment adalah upaya seseorang untuk melecehkan orang lain dengan mengirim berbagai bentuk pesan baik tulisan, gambar, maupun video yang bersifat menyakiti, menghina, mempermalukan, dan mengancam.

3. *Denigration* (Fitnah)

Denigration adalah upaya seseorang menyebarkan kabar bohong yang bertujuan untuk merusak reputasi orang lain.

4. *Impersonation* (Peniruan)

Impersonation adalah upaya seseorang berpura-pura menjadi orang lain dan mengupayakan pihak ketiga menceritakan hal-hal yang bersifat rahasia.

5. *Outing* (Penyebaran)

Outing adalah upaya seseorang untuk menyebarkan informasi atau rahasia seseorang kepada publik.

6. *Trickery* (Penipuan)

Trickery adalah upaya seseorang melakukan tipu daya demi memperoleh informasi atau rahasia seseorang yang nantinya akan disebarkan kepada publik.

7. *Exclusion*

Exclusion adalah upaya yang bersifat mengucilkan atau mengecualikan seseorang dari dalam kelompok

Cyberbullying dilakukan di internet. Menurut Nasrullah (2015: 3) kehadiran internet dan media sosial membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Fitur media sosial ini kini banyak dimanfaatkan untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Media sosial memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah apa saja yang ingin disampaikan kepada orang lain, baik berupa informasi, kegiatan, momen-momen berupa gambar ataupun video, serta hal-hal lain tergantung pada keinginan si pengguna. Media sosial merupakan medium yang memungkinkan pengguna berbagi, merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara visual.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku *cyberbullying* adalah tingkat seseorang melakukan tindakan agresif dan memiliki kontrol atas perilakunya yang bersifat merugikan atau menimbulkan pelecehan kepada orang lain dan terjadi secara berulang-ulang melalui medium internet serta baik secara individu maupun berkelompok.

1.5.7 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Perilaku *Cyberbullying*

Dalam *Teori Uses and Gratification*, khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa oleh seseorang diasumsikan memiliki tujuan. Tujuan atau motif penggunaan media ini beragam. Menurut McQuail (2011:98), motif tersebut meliputi informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, serta hiburan.

Ketika seseorang menggunakan media sosial, ia akan memiliki tujuan tertentu. Tujuan atau motif yang ia miliki bisa jadi dapat berbeda-beda tiap kali iya mengakses media sosial. Melalui media sosial, seseorang bisa mencari informasi, menyebarkan informasi, serta berkomunikasi dengan orang lain. Dari media sosial juga seseorang dapat menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media), dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri

Semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk bermedia sosial, semakin banyak informasi-informasi yang diterimanya dan makin tinggi pula kemungkinan ia berinteraksi dengan orang lain. Hal ini dapat memberi dampak positif maupun negatif. Contoh dampak negatifnya adalah terlibat atau melakukan tindakan *cyberbullying*. Argumen ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Balakrishnan di Malaysia. Dalam temuan penelitiannya dikatakan bahwa kebanyakan korban maupun pelaku *cyberbullying* menggunakan internet antara 2-5 jam per hari dengan signifikansi pada korban *cyberbullying* sebesar 0.016 dan pada pelaku *cyberbullying* sebesar 0.019. Sedangkan pada anak-anak yang lebih sedikit menghabiskan waktu menggunakan internet terindikasi lebih sedikit terlibat dalam *cyberbullying* (Balakrishnan, 2015).

Penelitian tersebut dapat menjadi acuan karena sesuai survey penelitian Hootsuite, jumlah pengguna internet pada tahun 2019 mencapai 150 juta orang dari total 268,2 juta penduduk. Dari jumlah tersebut, sejumlah 150 juta orang juga merupakan pengguna aktif media sosial baik yang berbasis *messenger* maupun jejaring sosial. (<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB). Artinya sebagian besar yang menggunakan internet juga menggunakan media sosial. Sehingga dapat diasumsikan bahwa semakin banyak seseorang menggunakan media sosial, semakin tinggi peluang orang tersebut terlibat dalam perilaku *cyberbullying*.

1.5.8 Pengaruh Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya terhadap Tingkat Perilaku *Cyberbullying*

Masa remaja merupakan masa yang sangat penting untuk mempelajari keterampilan sosial dan emosional dari interaksi dengan teman sebaya. Selama periode khusus ini, remaja belajar bagaimana bekerja sama dan mengambil perspektif yang berbeda dengan teman-temannya.

Konformitas teman sebaya adalah satu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok tersebut. Pengaruh yang kuat dari kelompok teman sebaya membuat remaja rela melakukan tindakan atau mengubah kepercayaannya demi diakui dan menjadi bagian dari kelompok yang diinginkan. Berubahnya kepercayaan atau perilaku remaja dapat pula terjadi karena adanya perasaan takut terhadap tekanan dari kelompok.

Remaja cenderung mencari kelompok yang memiliki sikap dan perilaku yang cenderung sama dengan yang ia miliki. Kemudian, remaja akan berusaha mengikuti

nilai-nilai kelompoknya supaya terus diterima di dalam kelompoknya. Seiring waktu, semakin intens hubungan dalam kelompok ini, akan membuat kesatuan nilai-nilai ini semakin kuat.

Hal ini didukung juga dengan beberapa hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya yang dilakukan Sujung Cho, Hannarae Lee, Anthony A. Peguero, Seongmin Park Dalam konteks *peer*, baik dengan metode binomial negatif maupun model ZINB (Zero-Inflated Negative Binomial) menunjukkan temuan yang sama dalam hubungan kegiatan dengan *peers*, *cyberbullying*, dan *cyber-victimization*. Model NB (Negative Binomial) menunjukkan bahwa menghabiskan lebih banyak waktu bersama dapat menciptakan resiko yang lebih tinggi untuk terlibat dalam *cyberbullying*. Teman dapat mendukung terjadinya konflik *peer* remaja, baik *offline* maupun *online*. Remaja Afrika-Amerika yang menghabiskan waktu lebih sedikit dengan teman-teman mereka tidak dan atau memiliki lebih sedikit kemungkinan untuk mengalami *cyberbullying* ataupun terlihat dalam *cyberbullying* (Cho, dkk., 2019).

Interaksi *peer* yang positif lebih mungkin mengurangi *bullying* dan *cyberbullying*, sedangkan interaksi *peer* yang negatif membuat remaja cenderung menunjukkan perilaku agresif *cyber*. Pengaruh teman sebaya menunjukkan bahwa beberapa karakteristik teman sebaya seperti jumlah teman, waktu yang dihabiskan bersama teman, kualitas pertemanan, agresifitas dalam kelompok teman sebaya, dan penolakan teman memiliki andil dalam perilaku agresif seperti *bullying* dan juga *cyberbullying*, karena kegiatan menyerang biasanya merupakan terusan dari sekolah ke dunia maya (Hinduja & Patchin dalam Budiarti, 2016).

Semua pernyataan di atas sejalan dengan Teori *Used and Gratification*. Teori ini menunjukkan bahwa ada alasan atau motif-motif tertentu yang dimiliki seseorang dalam berperilaku di media. Motif tersebut bisa berupa motif informasi, identitas diri,

interaksi dan integrasi sosial, atau motif hiburan (McQuail, 2011:98). Motif penggunaan media yang berkaitan dengan tingkat konformitas *peer group* adalah motif interaksi dan integrasi sosial. Menurut motif ini, seseorang dalam bermedia didasari motif untuk mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, memperoleh teman, atau membantu menjalankan peran sosial. Dalam hal ini, konformitas kelompok teman sebaya menjadi motif seseorang melakukan *cyberbullying*. Adanya konformitas mendorong seseorang untuk bersedia melakukan tindakan *cyberbullying* baik secara sadar sebagai keinginannya sendiri atau secara terpaksa karena adanya tekanan dari kelompok untuk mengikuti kepercayaan atau standar yang ditetapkan oleh kelompoknya.

Jadi, ketika kelompok *peer group* menunjukkan sikap atau pendapat yang positif terhadap perilaku *cyberbullying* dan individu di dalamnya secara sukareka ataupun terpaksa merasa perilaku tersebut dapat memberikan hasil yang positif baginya, individu-individu tersebut cenderung akan berperilaku demikian. Dengan melakukan hal yang sama sesuai dengan kelompoknya, seorang remaja merasa dapat lebih diterima atau diakui dalam kelompok, menunjukkan dominasi yang lebih dalam kelompok. Hal ini dikarenakan seorang individu akan melakukan atau berperilaku apabila persepsi orang lain terhadap perilaku tersebut bersifat positif (Fishbein dan Ajzen, 1975).

1.5.9 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya terhadap Tingkat Perilaku *Cyberbullying*

Media sosial menjadi medium seseorang untuk berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya, baik keluarga, teman, rekan, maupun orang yang tidak dikenalnya. Berbagai *platform* media sosial menyediakan fitur-fitur yang beragam. Ada fitur mengirim dan

menerima pesan pribadi, mengunggah audio, gambar, maupun audiovisual, menuliskan komentar, bahkan membentuk grup.

Dalam hal ini penggunaan media sosial dan konformitas teman sebaya saling mempengaruhi satu sama lain. Di satu sisi, konformitas teman sebaya bisa menjadi motif seseorang dalam menggunakan media sosial. Seperti yang dijelaskan dalam Teori *Uses and Gratification*, bahwa setiap orang memiliki motif ketika menggunakan media. Salah satunya adalah motif interaksi dan integrasi sosial (McQuail, 2011:98). Seorang individu bisa jadi aktif menggunakan suatu *platform* media sosial tertentu dikarenakan teman-teman di kelompoknya juga menggunakan media sosial tersebut atau bahkan membuat *group chat* dalam media sosial tersebut. Hal tersebut sesuai dengan salah satu aspek dalam konformitas yaitu ketaatan. Ketaatan adalah respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu. Bentuknya bisa berupa mengikuti segala kegiatan dan hal yang berkaitan dengan kelompok (Sears, Freeman, dan Peplau, 2006).

Di sisi lain, melalui interaksi antar anggota kelompok di media sosial dapat meningkatkan kohesivitas yang kemudian dapat meningkatkan konformitas. Melalui media sosial pula, suatu kelompok teman sebaya dapat saling bertukar nilai-nilai yang mereka yakini dengan sesama anggota kelompok. Dalam hal ini adalah nilai-nilai yang berkaitan dengan tindakan *cyberbullying*.

Dengan meningkatnya intensitas seseorang dalam menggunakan media sosial, ditambah dengan meningkatnya konformitas kelompok teman sebayanya yang bersifat positif dalam hal *cyberbullying*, dapat menaikkan tingkat seseorang melakukan tindakan *cyberbullying*.

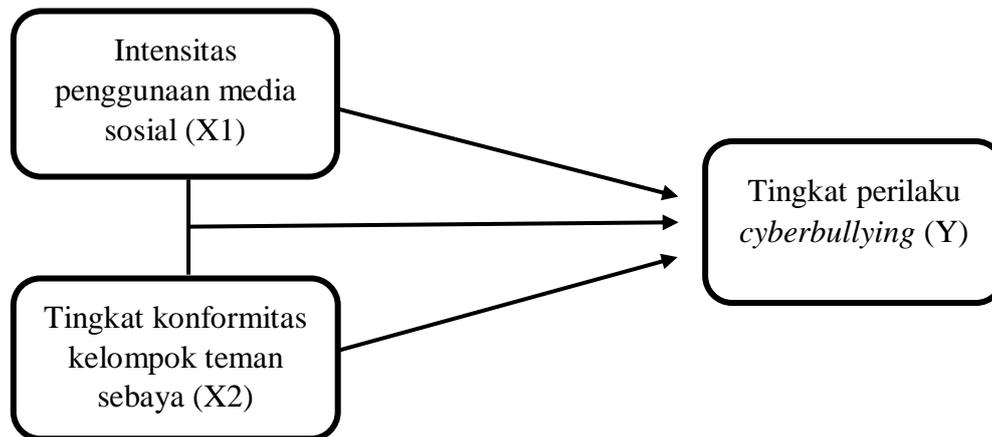
1.6 Hipotesis

Dari uraian di atas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif antara intensitas penggunaan media sosial terhadap tingkat perilaku *cyberbullying*.

H2: Terdapat pengaruh positif antara tingkat konformitas kelompok teman sebaya terhadap tingkat perilaku *cyberbullying*.

H3: Terdapat pengaruh positif antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas kelompok teman sebaya secara bersama-sama terhadap tingkat perilaku *cyberbullying*.



1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah suatu ukuran kuantitatif mengenai seberapa lama, seberapa sering dan seberapa konsentrasinya seseorang dalam menggunakan media sosial.

1.7.2 Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya

Tingkat konformitas kelompok teman sebaya (*peer group*) ialah suatu perubahan sikap dan tingkah laku individu sesuai dengan norma yang berlaku dalam kelompok yang anggotanya terdiri dari anak-anak yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang

kurang lebih sama karena adanya keinginan untuk diterima dan menjadi bagian dari kelompok tersebut.

1.7.3 Tingkat perilaku *Cyberbullying*

Tingkat perilaku *cyberbullying* adalah tingkat seseorang melakukan tindakan agresif dan memiliki kontrol atas perilakunya yang bersifat merugikan atau menimbulkan pelecehan kepada orang lain melalui medium internet serta baik dilakukan secara individu maupun secara berkelompok.

1.8 Definisi Operasional

Tabel 1.8.1 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Motif	Menggunakan media sosial untuk mencari informasi	Interval
		Menggunakan media sosial untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi dan mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain	Interval
		Menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan lingkungan sosial	Interval
		Menggunakan media sosial untuk hiburan	Interval
	Waktu	Frekuensi membuka media sosial dalam kurun waktu sehari	Interval

		Durasi waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial dalam sehari	Interval
	Atensi	Menyebutkan fitur-fitur yang digunakan dalam media sosial	Interval
		Menyebutkan informasi yang didapatkan dari media sosial	Interval
Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya (<i>peer group</i>)	Kepercayaan	Merasa setiap informasi yang disampaikan oleh teman-teman adalah benar	Interval
		Berbagi cerita dan rahasia kepada teman-teman	Interval
	Kesepakatan	Sependapat dengan teman kelompok bila membuat suatu keputusan	Interval
		Sepakat dengan pandangan teman kelompok mengenai topik tertentu	Interval
	Ketaatan	Mengikuti kegiatan (bimbingan belajar, ekstrakurikuler, nongkrong) yang dilakukan oleh kelompok	Interval
		Berangkat dan pulang sekolah bersama-sama teman	Interval
		Mengikuti style yang digunakan oleh teman	Interval
	Penyesuaian	Berperilaku sesuai dengan aturan kelompok agar dapat diterima di lingkup pertemanan	Interval

		Tidak melakukan tindakan-tindakan yang tidak disukai kelompok	Interval
Tingkat Perilaku <i>Cyberbullying</i>	<i>Flaming</i> (Perselisihan)	Mengirim pesan dengan tujuan menyalakan emosi orang (mengajak berselisih)	Interval
		Berselisih dengan seseorang di media sosial	Interval
	<i>Harassment</i> (Pelecehan)	Mengirim pesan untuk menyakiti atau memermalukan temannya	Interval
		Mengirim pesan untuk mengancam temannya	Interval
	<i>Denigration</i> (Fitnah)	Menyebarkan kabar bohong di media sosial untuk merusak reputasi seseorang	Interval
		Bergosip di media sosial	Interval
	<i>Impersonation</i> (Peniruan)	Membuat akun media sosial palsu untuk mendapatkan informasi yang bersifat rahasia	Interval
		Membuat akun media sosial palsu untuk memeras seseorang	Interval
	<i>Outing</i> (Penyebaran)	Menyebarkan informasi atau rahasia seseorang kepada publik	Interval
		Menyebarkan foto atau video pribadi seseorang tanpa izin kepada publik	Interval

	<i>Trickery</i> (Penipuan)	Menipu seseorang dengan cara berpura-pura menjadi teman untuk mendapatkan informasi rahasia untuk kepentingan pribadi atau disebarkan kepada publik	Interval
		Menyebarkan kepada publik informasi rahasia yang didapat dengan berpura-pura menjadi teman seseorang	Interval
	<i>Exclusion</i> (Pengecualian)	Mengucilkan seseorang dari grup di media sosial	Interval
		Mengeluarkan seseorang dari grup di media sosial	Interval

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Menggunakan metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif, penelitian eksplanatori sendiri merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel satu dengan yang lainnya (Effendy, 2005:6). Variabel terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Dalam penelitian ini, metode ini digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan tingkat konformitas *peer group* dengan tingkat perilaku *cyberbullying*.

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini populasi terdiri dari masyarakat Kabupaten Banjarnegara yang aktif menggunakan media sosial dan berusia antara 18 sampai 24 tahun. Hal ini disesuaikan dengan data dari penelitian Hootsuite yang menunjukkan penetrasi usia pengguna media sosial tertinggi di Indonesia diduduki oleh rentang usia 18-24 tahun (33%) (<https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>, diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 23:40 WIB). Namun, karena responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial, maka jumlahnya tidak diketahui.

1.9.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti. Untuk ukuran sampel, peneliti merujuk pada anjuran Roscoe yang menjelaskan untuk ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30-500. Di mana jumlah sampel minimal adalah 30 sudah dianggap memiliki tingkat stabilitas yang baik (Sugiyono, 2009:90-91). Atas dasar itu, peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 40 responden.

1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *probability sampling*. Yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono. 2009: 82). Sedangkan, untuk sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *multistage random sampling* yang merupakan proses penarikan sampel menggunakan metode *simple random sampling* terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama yaitu tahap pemilihan *cluster* dari unit sampling dan tahap kedua

yaitu tahap penarikan unit sampling dari *cluster* yang telah ditentukan pada tahap pertama dan seterusnya. Alur tiap tahap dilakukan dengan pemilihan gugus-gugus (*cluster-cluster*) sampai tahap di mana diperoleh gugus yang homogen. Apabila telah diperoleh gugus yang homogen, pada tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu penarikan unit sampling dari tiap gugus yang homogen tersebut sehingga diperoleh sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Banjarnegara yang berusia 18-24 tahun. Dengan menggunakan *multistage random sampling*, penentuan sampel dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Memilih satu kecamatan di Kabupaten Banjarnegara

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara, diketahui di Kabupaten Banjarnegara terdapat 20 kecamatan. Kecamatan-kecamatan tersebut yaitu:

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| 1. Banjarmangu | 11. Pandanarum |
| 2. Banjarnegara | 12. Pejawaran |
| 3. Batur | 13. Punggelan |
| 4. Bawang | 14. Purwanegara |
| 5. Kalibening | 15. Purworejo Klampok |
| 6. Karangobar | 16. Rakit |
| 7. Madukara | 17. Sigaluh |
| 8. Mandiraja | 18. Susukan |
| 9. Pagedongan | 19. Wanadadi |
| 10. Pagentan | 20. Wanayasa |

Dari seluruh kecamatan tersebut, terpilih satu kecamatan secara acak yakni Kecamatan Banjarnegara.

2. Memilih kelurahan di Kecamatan Banjarnegara

Kecamatan Banjarnegara memiliki 13 kelurahan/desa. Kelurahan-kelurahan tersebut adalah:

- | | |
|---------------------|---------------|
| 1. Ampelsari | 8. Semampir |
| 2. Argasoka | 9. Semarang |
| 3. Cendana | 10. Sokanandi |
| 4. Karangtengah | 11. Sokayasa |
| 5. Krandegan | 12. Tlagawera |
| 6. Kutabanjarnegara | 13. Wangon |
| 7. Parakancangah | |

Dari seluruh kelurahan tersebut, terpilih satu kelurahan secara acak yakni Kelurahan Wangon.

3. Memilih RT dan RW di Kelurahan Wangon Kecamatan Banjarnegara

Di tahap RW, peneliti mengundi secara acak di antara 6 RW dan terpilih RW 02. Di tahap RT, peneliti mengundi secara acak di antara RT dan terpilih RT 02 untuk menentukan responden di dalam RT tersebut.

Sehingga, yang menjadi sample penelitian ini adalah warga RT 02 RW 02 Kelurahan Wangon Kecamatan Banjarnegara Kabupaten Banjarnegara yang berusia 18-24 tahun.

1.9.4 Sumber Data

1.9.4.1 Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2014). Sumber data primer

berupa responden atau subjek riset dan hasil pengisian kuesioner atau wawancara responden yang memenuhi kriteria melalui kuisioner.

1.9.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2009:42). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data atau disebut sebagai instrumen riset adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan itu menjadi sistematis dan mudah diperoleh. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner disebut juga angket olehnya (Kriyantono, 2010:96-97). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan kuesioner yang disebarakan dan diisi sendiri oleh responden.

1.9.6 Pengolahan Data

1.9.6.1 Editing

Kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan, bahkan terlupakan. Oleh karena itu, keadaan tersebut harus diperbaiki melalui editing (Bungin, 2014:175).

1.9.6.2 Koding

Kegiatan mengklasifikasi data-data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis (Bungin, 2014:176).

1.9.6.3 Tabulasi

Kegiatan memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya (Bungin, 2014:178).

1.9.7 Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Data variabel ini berupa angka-angka dan metode ini menggunakan analisis data statistik untuk mengukur besarnya antara variabel yang diteliti. Pengukuran statistik bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang memiliki pengaruh melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini menganalisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial (X1) dengan tingkat perilaku *cyberbullying* (Y), pengaruh tingkat konformitas kelompok teman sebaya (X2) dengan tingkat perilaku *cyberbullying* (Y), serta pengaruh intensitas penggunaan media sosial (X1) bersama tingkat konformitas kelompok teman sebaya (X2) dengan tingkat perilaku *cyberbullying* (Y).

Untuk menguji hipotesis pertama dan kedua, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana karena prediktornya hanya satu pada masing-masing variabel. Sedangkan analisis dalam pengujian hipotesis ketiga menggunakan analisis regresi linear berganda karena memiliki lebih dari satu prediktor (Hadi, 2004:21). Analisis ini digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni untuk menguji hipotesis.

Menurut Sutrisno Hadi (2004:4), langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

1. Mencari Korelasi Sederhana antara X₁ dengan Y dan X₂ dengan Y

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y

Σxy = jumlah produk antara variabel X dan Y

Σx^2 = jumlah kuadrat kriterium X

Σy^2 = jumlah kuadrat kriterium Y

2. Membuat Garis Regresi Linear Sederhana

$$Y = aX + K$$

Keterangan:

Y = Kriterium

a = Bilangan koefisien prediktor

X = Prediktor

K = Bilangan konstanta

Selanjutnya, menurut Sutrisno Hadi (2004), langkah yang digunakan dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

1. Membuat persamaan garis regresi

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + K$$

Keterangan:

Y = nilai yang diprediksikan/variabel dependen (perilaku *cyberbullying*)

X_1 = variabel independen 1 (terpaan berita tentang *cyberbullying*)

X_2 = variabel independen 2 (interaksi *peer group*)

K = konstanta, nilai Y jika X : 0

a = koefisien regresi linear

2. Membuat Koefisien Korelasi Ganda (R)

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Keterangan:

R_y = koefisien korelasi antara X_1 dan X_2

a_1 = koefisien prediktor X_1

a_2 = koefisien prediktor X_2

$\sum x_1 y$ = jumlah produk antara X_1 dan Y

$\sum x_2 y$ = jumlah produk antara X_2 dan Y

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat kriterium Y

3. Uji Signifikansi

Untuk uji signifikansi dapat dilakukan dengan menemukan harga F garis regresi sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{reg} = harga F garis regresi

N = cacah kasus

m = cacah prediktor

R = koefisien relasi antara kriterium dengan prediktor-prediktor

1.9.8 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil penelitian akan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2009:121). Instrumen

yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2009), cara paling sering digunakan untuk mengukur biasanya dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total.

1.9.9 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen yang reliabel bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan digunakan penghitungan dengan model alpha cronbach karena menggunakan jenis data interval (Sugiyono, 2009)