

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Komunikasi Islam

Dari segi etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani yaitu “ethos” yang artinya tempat tinggal, kandang, padang rumput, kebiasaan, adat, watak dan cara berfikir. Bentuk jamaknya dari kata “ta”, “etha” yang memiliki arti adat istiadat. Dalam konteks ini, kata etika memiliki pengertian moral, watak, tabiat, akhlak dan cara hidup.¹⁵

Menurut Ruslan (2008) etika merupakan studi tentang “benar atau salah” dalam bertingkah laku sesuai dengan moral manusia. Akan tetapi, di dalam kehidupan terdapat perbedaan moral dan etika yaitu, jika moral atau moralitas untuk penilaian perbuatan yang dilakukan seseorang. Sedangkan etika yaitu untuk mengkaji sistem.¹⁶

Bertens mendefinisikan etika adalah ilmu tentang apa yang biasa dilakukan jenis tingkah laku atau ilmu tentang adat. Menurut Bertens ada dua pengertian etika sebagai praktis dan refleksi. Sebagai praktis etika berarti nilai-nilai norma yang baik dan dapat dipraktikkan. Etika sebagai praktis sama artinya dengan moral atau moralitas yaitu apa yang harus dilakukan dan pantas dilakukan.¹⁷ Etika merupakan nilai-nilai yang terbentuk terdapat kaidah yang bertujuan mengatur cara saat

¹⁵ Muhammad Mufid, *Etika Filsafat Komunikasi* (Depok:Kencana, 2009) hlm173

¹⁶ RahmAnita Ginting, Agus Yulistiono, *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Cirebon: INSANI, 2021) Hlm 2

¹⁷ Ibid hlm 3

berkomunikasi antar sesama tanpa harus saling menyakiti satu sama lain. Terlebih, komunikasi sesuatu hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Jadi, yang dimaksud dengan etika adalah ilmu yang mempelajari perilaku baik atau buruk seseorang yang bisa dipahami oleh pikiran manusia termasuk adat, kebiasaan, pergaulan antar sesama yang menegaskan mana yang buruk dan baik.

Ada beberapa unsur yang diperhatikan dalam etika komunikasi yaitu:¹⁸ 1). tidak memberikan informasi pribadi secara berlebihan, 2). berkomunikasi secara sopan, 3). beropini berdasarkan fakta. Etika komunikasi juga perlu dipahami saat proses komunikasi sebagai berikut: 1) menghormati privasi dan kerahasiaan orang lain, 2) tidak mengganggu orang lain saat berkomunikasi, 3) berbicara tanpa menghakimi seseorang, 4) efektif dan efisien, 5) saling menghargai saat berkomunikasi, 6) taat pada perilaku online yang sama saat dijalankan dalam kehidupan nyata.

Sedangkan pengertian komunikasi dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai pengiriman atau penerimaan informasi dari dua orang atau lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Menurut T. Hani Handoko (2012) komunikasi adalah sebuah proses pemindahan pesan dalam bentuk gagasan kepada orang lain dari seseorang atau biasa disebut komunikator. Perpindahan pengertian di sini diartikan tidak dengan kalimat atau kata-kata, tetapi juga dengan ekspresi wajah dan intonasi. Lain halnya pengertian komunikasi menurut Sukanto Rekso

¹⁸ Ibid hlm 9

Adiprojo (2000), menurutnya komunikasi adalah suatu usaha yang dapat dilakukan agar dapat menginterpretasikan pendapat sesuai dengan yang dikehendaki kepada orang lain, dengan harapan memperoleh kesamaan makna dan saling memahami satu sama lain.¹⁹

Ketika etika digabungkan dengan komunikasi maka etika merupakan landasan atau pondasi dalam berkomunikasi, etika memberikan landasan dalam membangun tata krama termasuk sikap seseorang dalam melakukan komunikasi, engan demikian jika tidak ada etika maka komunikasi tersebut tidak etik.

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan atau informasi keIslaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Maka komunikasi dalam Islam mempertahankan pada unsur pesan (*message*), yaitu risalah atau terkandung nilai Islam dan cara (*how*), dalam artian tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa yang baik (*retorika*). Informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah pesan Islam meliputi seluruh ajaran Islam, di antaranya tentang akidah (iman), syariah (keIslaman), dan akhlak (ihsan).²⁰ Pada dasarnya komunikasi menurut ajaran dalam Islam terikat pada perintah maupun larangan Allah SWT dan Alquran serta sunnah yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain, komunikasi menurut ajaran agama merupakan suatu tindakan yang dimuliakan yaitu etika yang

¹⁹ Suci R. Mari'ah. *Dasar-Dasar Komunikasi* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2021) halaman 1-3

²⁰ Muslimah, "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam", Sosial Budaya, Vol 2, Desember 2016, Hlm 117

dibarengi dengan sanksi akhirat.²¹ Landasan filosofis komunikasi Islam adalah proses penyampaian informasi antar individu atau kelompok berdasarkan pada landasan Islam yang terkandung dalam Al-quran.

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan etika komunikasi Islam merupakan cara berkomunikasi yang memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai moral dalam menilai benar atau salah, yang mengarahkan manusia dalam kemaslahatan dunia akhirat dalam bentuk hubungan manusia dengan Tuhannya, sesama manusia beserta alam semesta.

Meskipun al-Qur'an secara spesifik tidak membicarakan masalah komunikasi, namun jika diamati ada ayat yang memberikan gambaran umum prinsip-prinsip komunikasi. Dalam hal ini, peneliti akan merujuk kepada tema-tema khusus yang diasumsikan sebagai penjelasan dari prinsip-prinsip komunikasi bermedia sosial dalam Islam. Ungkapan dalam bahasa arab disebut dengan *qaul*. Dalam bahasa arab “ungkapan” atau “perkataan” merupakan seruan untuk beriman kepada Allah SWT. Seseorang yang terbiasa mengucapkan perkataan yang baik dan mendengarkan kata yang baik berpotensi menjadi manusia yang berkualitas. Jadi, peran komunikator Islami dalam memanfaatkan Facebook sebagai berikut:

²¹ Muis, *Komunikasi Islami* (Bandung : Prestasi Pustaka, 2001) hlm 5-9

a. *Qaulan Saddidan* (ungkapan yang jujur)

Qaulan saddidan berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. Dari segi redaksi, komunikasi Islam harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, baku, sesuai kaidah bahasa yang berlaku. Apabila seorang komunikator berbohong, maka kredibilitasnya akan runtuh dan tidak bisa diyakini orang lain. Hal ini karena mengkhianati prinsip *qaulan saddidan*.²²

b. *Qaulan Balighan* (ungkapan efektif dan tepat sasaran)

Qaulan balighan dalam bahasa arab berarti tepat, fasih, lugas, dan jelas maknanya. *Qaulan balighan* berarti menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, kesesuaian pesan, komunikatif, mudah dipahami, langsung ke pokok masalah *to the point*, oleh karena itu *qaulan balighan* dapat diartikan komunikasi yang tidak berbelit-belit. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti dan tidak multi tafsir pada komunikan.²³

Qaulan balighan terjadi bila komunikator menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat komunikan. Dalam istilah sunah,

²² Erwin Jusuf Thalib, *Dakwah dan Pluralisme* (Jakarta: Insan Cendekia Mandiri, 2020) hlm 57

²³ Racmad Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (Jakarta : Premada Media, 2019) hlm 367

“berkomunikasilah kamu sesuai dengan kadar akal mereka”. *Qaulan balighan* terjadi bila komunikator menyentuh komunikan pada hati dan otaknya sekaligus.²⁴ Dalam bermedia sosial, penyampaian pesan tidak bertele-tele. Dalam hal ini, jika kata *qaulan balighan* dikorelasikan dalam era dewasa ini, maka seseorang yang menyelewengkan atau tidak mematuhi etika ini, perlu dinasehati dengan tutur bahasa yang baik.²⁵

c. *Qaulan Maysura* (mudah diterima)

Qaulan maysura bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dimengerti dan dipahami oleh komunikan. Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi memiliki bertujuan untuk mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan manusia-manusia yang lain. Islam mengharamkan setiap komunikasi yang membuat manusia terpisah dari Tuhannya dan hamba-hambanya.

Kata masyuran memiliki arti muah, yaitu dari bahasa arab “yusr” jadi, *qaulan masyuran* merupakan kata yang mudah dipahami, hal ini menandakan komunikasi harus bersifat logis dan rasional. Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa perkataan yang mudah dan pantas adalah penggunaan bahasa yang bijak dan tidak menyakiti orang lain.²⁶ Implementasi *qaulan masyuran* dalam mengungkapkan pendapat di media sosial adalah mutlak. Kata dan kalimat yang sudah dicerna oleh

²⁴ Sunarjo, “Ilmu Komunikasi dalam Perspektif Al-Quran”, *INOVASI*, 1 (Maret, 2011) hlm 116

²⁵ Erna Kurniawan, “Analisis Prinsip-Prinsip Komunikasi Perspektif Al-Quran”, *Al-Munzir*, 12 (November, 2019) Hlm 236

²⁶ Erna Kurniawan, “Analisis Prinsip-Prinsip..”, hlm 231

komunikasikan, memungkinkan pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang diharapkan.²⁷

d. *Qaulan Layyin* (ungkapan yang lembut)

Qaulan layyin berarti pembicaraan yang lemah-lembut, tidak provokatif, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud *layyin* ialah kata-kata sindiran, bukan dengan kata-kata terus terang atau lugas, apalagi kasar. Dengan demikian, dalam komunikasi Islam, semaksimal mungkin dihindari kata-kata kasar dan suara (intonasi) yang bernada keras dan tinggi.

Kata *qaulan layyin* hanya satu kali disebutkan dalam Al-Quran (QS. Thaahaa: 44). Ayat ini merupakan perintah Allah swt kepada Nabi Musa dan Nabi Harun untuk mendakwahkan ayat-ayat Allah kepada Firaun dan kaumnya. Firaun sebagai seorang Raja Mesir memiliki watak keras, sombong, dan menolak ayat-ayat Allah, bahkan menantang Allah dengan mengaku sebagai Tuhan. Nabi Muhammad SAW mencotohkan kepada kita bahwa beliau selalu berkata lemah lembut kepada siapa pun, baik kepada keluarganya, kepada kaum muslimin yang telah mengikuti nabi, maupun kepada manusia yang belum beriman. Model komunikasi demikian disebut komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil mencapai tujuan dengan *feedback* yang positif.

²⁷ Erwin Jusuf Thalib, *Dakwah dan..*, hlm 53

e. *Qaulan Kariman* (perkataan yang mulia)

Qaulan kariman merupakan perkataan yang lemah-lembut, mulia, bertata krama, dibarengi dengan rasa hormat, mengagungkan, dan enak didengar. Kita dilarang membentak atau berkata kasar kepada orang tua atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka. *Qaulan kariman* digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orang tua atau orang yang harus kita hormati. Dalam konteks komunikasi, *qaulan kariman* berarti menggunakan ucapan yang santun, tidak kasar, tidak vulgar.²⁸ Ibnu Katsir menjelaskan bahwa penerapan *qaulan kariman* itu adalah beradab, santun, dan menghormati. Al-Alusi mengatakan *qaulan kariman* merupakan ungkapan yang indah dan tidak bengis. Intinya dalam *qaulan kariman* adalah suatu ungkapan yang indah dan beradab, sehingga lawan bicara dimuliakan dan dihormati.²⁹

Kriteria *qaulan kariman* yaitu, kata bijaksana (fasih, tawaduk) termasuk kata-kata yang bermakna agung, filosofis, dan teladan. Dalam konteks ini, Nabi Muhammad SAW sering menyampaikan nasihat kepada umatnya dengan kata-kata bijaksana. Kedua, kata-kata yang berkualitas, seperti kata yang bermakna dalam, bernilai tinggi, jujur, dan ilmiah. Kata-kata seperti ini sering diungkapkan oleh orang-orang cerdas, berpendidikan tinggi, dan filsuf. Ketiga, kata-kata bermanfaat yaitu kata-kata yang memiliki sifat positif bagi perubahan perilaku dan sikap

²⁸ Sunarjo, "Ilmu Komunikasi...", hlm 117

²⁹ Erwin Jusuf Thalib, *Dakwah dan....*, hlm 52

komunikasikan. Kata-kata seperti ini sering diucapkan oleh orang-orang terhormat seperti kiai, guru, dan orang tua.³⁰

f. *Qaulan Ma'rufan* (ungkapan yang baik)

Qaulan ma'rufa berarti perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasar), dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. *Qaulan ma'rufa* juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat).³¹ Penggunaan prinsip *qaulan ma'rufan* dalam Al-quran adalah dalam menyampaikan pendapat seorang komunikator harus menyampaikan perkataan yang baik, tidak kasar, tidak menyinggung dan menghindari kata-kata kotor agar tidak memancing amara bagi orang lain.

Namun jika dikaitkan dengan konteks era dewasa ini, makna *qaulan ma'rufan* yaitu senantiasa memberikan pesan yang menghindari perbuatan mengolok-olok seseorang, sebab dengan tutur kata yang baik akan bermaslahat dan berdampak pada silaturahmi yang baik.³² Sebagai seorang muslim yang beriman ungkapan yang telah dikeluarkan harus terjaga dari hal yang sia-sia, apa pun yang disampaikan haruslah mengandung nasehat, jangan sampai mencari keburukan dari orang lain lalu mengkritiknya.

³⁰ Ibid, hlm 117

³¹ Ibid, hlm 817

³² Erna Kurniawan, "Analisis Prinsip-Prinsip.., hlm236

B. Media Sosial

Sebagai alat komunikasi dan sarana untuk berekspresi masa kini, media sosial merupakan suatu hal yang tidak bisa ditinggalkan, bahkan telah menjamur di masyarakat. Kemajuan teknologi internet dan dibarengi perkembangan *smartphone* membuat media sosial juga tumbuh pesat hingga saat ini. Hal inilah membuat media sosial sebagai kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan pada masyarakat. Kini, media sosial sudah menjadi faktor penting interaksi, seperti unggahan dan cuitan menjadi aktivitas sehari-hari.

Dilihat dari asal katanya, “media” mengacu pada instrumen untuk berkomunikasi dan saling bertukar informasi, dalam hal ini internet. Kata “sosial” mengacu pada interaksi manusia dengan manusia lainnya sebagai makhluk yang tidak bisa hidup sendiri. Dengan media sosial, semua pelaku sosial dapat ikut berpartisipasi dalam membagikan, menciptakan, dan menerima interaksi dalam bentuk *blog*, jejaring sosial, *website*, dan forum. Informasi yang disampaikan melalui media sosial tidak berlaku untuk satu orang saja tapi untuk semua yang ada di dalamnya.³³ Media adalah seluruh bentuk atau saluran yang digunakan sebagai penyampai informasi. Dalam kata lain media merupakan kata jamak dari “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Jadi, media adalah alat atau sarana yang digunakan

³³ Syaifudin Zuhri dkk, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Malang: PT. Cita Intrans Selaras) hlm 72

komunikator (orang yang mengirimkan pesan) kepada komunikan atau khalayak (penerima pesan).

Menurut Durkheim, sosial merujuk pada *the social as sosial facts* atau disebut dengan kenyataan sosial yaitu setiap individu memberikan kontribusi bisa berupa aksi atau tindakan yang memberikan kontribusi dan manfaat untuk orang lain. Pernyataan ini menjelaskan bahwa pada perangkat lunak (*software*) dan sosial media, yang dua-duanya merupakan produk dari proses sosial. Merujuk Tonnies, kata sosial adalah kata harfiah dari komunitas, eksistensi yaitu kesadaran dari anggota komunitas tersebut bahwa ada kebersamaan, saling memiliki, dan saling tergantung. Sementara menurut Marx, makna dari sosial adalah saling bekerja sama. Dengan melihat kenyataan bahwa kata sosial bisa dimaksudkan bagaimana individu bekerja sama, saling mengisi antar individu memberikan kontribusi kepada masyarakat. Menurut Weber, istilah sosial bisa dilihat bahwa aksi sosial atau biasa disebut relasi sosial (*social relations*) dan (*social action*), namun diperlukan tanda-tanda yang bermakna individu yang menjadi peran utama dalam relasi tersebut.³⁴

Media sosial adalah sebuah media daring yang penggunanya dapat berpartisipasi dan berinteraksi didalamnya. Menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama antara pengguna dan menghasilkan konten. Fuchs berpendapat bahwa media sosial memiliki karakteristik kerja dalam komputer web 1.0 pengenalan

³⁴ Rulli Nasrullah. *Media Sosial.*, 7-8

individu dan terhadap individu lain yang beraa dalam sistem jaringan, sedangkan web 2.0 berdasarkan bagaimana individu berkomunikasi dalam jaringan antar individu, dalam web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yag terlihat dari manusia (*users*) bekerja sama.

Media sosial memiliki karakteristik yang tentu, ada batasan-batasan dan ciri-ciri tertentu. Karakteristik media sosial bisa dipergunakan untuk berbagai bidang seperti, jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran hingga politik.³⁵ Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a. Transparansi

Keterbukaan informasi, sebab konten yang dibuat dari media sosial dapat dikonsumsi publik.

b. Dialog

Komunikasi adanya hubungan dan interaksi, biasanya terdapat hubungan timbal balik dengan menggunakan berbagai fitur didalamnya, misalnya antara *brand* bisnis dengan konsumennya.

c. Jejaring atau relasi

Hubungan antar pengguna media sosial lainnya, layaknya sebuah jaringan-jaringan yang dapat terhubung satu sama lain untuk menjalin komunikasi.

³⁵ Ibid 15

d. Multi opini

Setiap yang bermain media sosial dapat berargumen dan berpendapat dikolom komentar pesan pribadi dengan leluasa.

e. Multi form

Informasi dapat disampaikan diberbagai konten dan *kanal*, bisa berupa video dan portal web.³⁶

a. Facebook

Akses terhadap kebutuhan informasi dewasa ini di berbagai bidang dituntut untuk lebih cepat. Salah satunya adalah informasi melalui media sosial sebagai bukti kecanggihan teknologi yang menghadirkan “dunia dalam genggam” seperti halnya yang paparkan oleh Thomas L Friedman (2007) bahwa dunia semakin rata sehingga setiap orang bisa mengakses informasi apapun dan dari sumber mana saja. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan penggunaanya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain dan membentuk ikatan virtual.³⁷

Facebook dibuat pada 2004 oleh Mark Zuckerberg, yang menjadi populer hingga kini di seluruh belahan dunia. Ada beberapa layanan yang disediakan oleh *Facebook*, mulai dari *Facebook Feed*, *Facebook Stories* hingga *Market Place*. Facebook dibuat pada 2004 oleh Mark Zuckerberg, yang menjadi populer hingga kini di seluruh

³⁶ Feri Sulianto, *Keajaiban Sosial Media* (Jakarta: PT Alex Komputer Indo, 2015) hlm 7

³⁷ Ibid 11

belahan dunia. Ada beberapa layanan yang disediakan oleh *Facebook*, mulai dari *Facebook Feed*, *Facebook Stories* hingga *Market Place*. *Facebook* adalah situs pertemanan online yang berasal dari Amerika Serikat dan menerima anggota yang berusia lebih dari 13 tahun yang sebelumnya memiliki alamat email.³⁸

Facebook juga memiliki fitur-fitur di antaranya:

- 1) Nama *Facebook page*, nama pengguna *Facebook* dibatasi 50 karakter agar tidak terlalu panjang ketika proses pencairan.
- 2) Foto profil dan gambar cover dengan ketentuan foto 360 x 360 *pixels* dan ukuran minimum 180 x 180 *pixels*.
- 3) *Post* yaitu berisi konten dari halaman tersebut berupa teks, tautan video, dan gambar baik pada unggahan maupun komentar.
- 4) *About* atau tentang merupakan bagan yang berisi informasi pemilik akun.³⁹
- 5) *Grub*, dengan adanya fitur *grub* pengguna *Facebook* dapat membentuk komunitas berbasis online dan melakukan diskusi.
- 6) *Tag foto*, dengan adanya fitur ini, disaat memiliki moment bersama, maka sesama pengguna *Facebook* dapat menandai orang lain dan terkirim juga pada orang yang ditandai.⁴⁰

³⁸ Sartika Kurniali, *Step By Step Facebook* (Jakarta: PT.Alex Media Komputer Indo, 2009) hlm 8

³⁹ Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018) , 44-45

⁴⁰ Sartika Kurniali. *Step by Step...*, hlm 17

C. *Cyberbullying*

Kehadiran media baru atau *new media* saat ini memang telah mengubah wajah komunikasi. Hal ini juga dibarengi dengan penggunaan teknologi komunikasi seperti media sosial, namun sayangnya potensi *cyberbullying* kini marak terjadi. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata *bullying* merupakan padanan kata dari perundungan yang berasal dari kata *rundung*, yang memiliki arti mengusik, menyusahkan dan mengganggu.

Menurut Hinduja dan Patchin (2009) mengartikan *cyberbullying* adalah suatu tindakan yang merugikan pihak lain yang dilakukan secara berulang-ulang melalui telepon genggam dan komputer. Perbuatan *bully* ini dilakukan dengan mengirim pesan mengancam yang dapat mempermalukan korban orang lain melalui pesan email, surel atau menulis pada kolom komentar yang tujuannya menghina korban.⁴¹ Menurut Smith 2012, *Cyberbullying* dapat didefinisikan sebagai tindakan atau perilaku agresif yang dilakukan di media elektronik terhadap individu atau kelompok dengan berulang-ulang dan sepanjang waktu secara online. *Cyberbullying* bisa dilakukan dengan cara menyerang pribadi, mempermalukan di publik dan menghina korban yang bergerak di ruang digital. Perangkat digital menawarkan cara yang ampuh dengan

⁴¹ Hinduja, Justin W. Patchin, "Cyberbullying Fact Sheet", *Cyberbullying Research Center*, 2009 hlm 1

berbagai fitur-fitur menarik didalamnya, namun berpotensi merusak bagi kaum muda untuk berkomunikasi dan merespon.⁴²

Menurut Price and Dalglish 2010 *cyberbullying* adalah label (identitas) kolektif yang disematkan untuk mendefinisikan bentuk-bentuk atau jenis-jenis intimidasi yang menggunakan media elektronik seperti telepon seluler dan internet secara agresif dan tujuannya sengaja merugikan orang lain. Seperti penindasan “tradisional”, penindasan maya biasanya melibatkan perilaku berulang dan ketidakseimbangan kekuatan antara penyerang dengan korban. Biasanya pesan yang menyakiti atau kurang pantas yang dikirim melalui e-mail atau pun pesan teks untuk memasukkan bentuk pengucilan sosial, ancaman-ancaman, dan menyebarkan gambar yang memfitnah korban, menyudutkan sampai memalukan korban.⁴³

Cyberbullying adalah fenomena yang relatif baru dan dapat memiliki konsekuensi signifikan bagi kesejahteraan kaum muda, sebab keterjangkauan teknologi spesifik dari media sosial.⁴⁴ *Cyberbullying* merupakan tindakan agresif, disengaja yang dilakukan oleh kelompok atau individu menggunakan bentuk kontak elektronik yang dilakukan berulang kali dan dari waktu ke waktu terhadap korban yang tidak dapat

⁴² Pam Nilan, Haley Burgess, “Youth, Social Media, And *Cyberbullying* Among Australian Youth: “Sick Friends”, *Sage Journal* (2015), hlm 1-2

⁴³ Megan Price. John Dalglish, “*Cyberbullying* Experiences, Impacts And Coping Strategies As Described By Australian Young People”, *Youth Studies Australia*, 2 (2011), hlm 51

⁴⁴ Pam Nilan, Haley Burgeress, “Youth, Social Media, and *Cyberbullying* Among Australian Youth: “Sick Friends”, *SAGE*, 1-12 (2015), hlm 1

mudah membela diri.⁴⁵ *Cyberbullying* memiliki unsur-unsur menurut *research center* meliputi:⁴⁶

1. “*willfull*” yang berarti suatu tindakan yang disengaja
2. “*repeat*” yang memiliki arti tindakan yang diulang-ulang
3. “*harm*” dalam bahasa Indonesia berarti ancaman, tindakan yang menyakiti ditujukan kepada korban.
4. “*computers, cell, phones and other elektronik devies*” yaitu media yang digunakan untuk melakukan *cyberbullying*. Media ini yang membedakan dari *bullying* tradisional.

Terdapat beberapa pendapat yang membahas jenis-jenis *cyberbullying*, yang pertama adalah pendapat dari Nancy E. Willard (2006) membagi ke dalam tujuh jenis tindakan *cyberbullying*, antara lain:

1) *Flamming (Terbakar)*

Flamming atau terbakar adalah bentuk argumen, pesan atau opini yang sifatnya frontal dan kasar terkadang sifatnya menghina dan mengancam menggambarkan emosi. Biasanya disebut pertengkaran daring yang terjadi di ruang obrol, surel dan media sosial. Kata-kata yang disampaikan berupa bahasa yang mengandung amarah, vulgar, mengancam.

⁴⁵ Cynthia Van Hee, Ben Verhouvern, “Guidelines for The Fine-Grained Analysis of *Cyberbullying*”, Version 1 (2015), Hlm 1

⁴⁶ Hinduja, Patchin, *Cyberbullying Fact Sheet..*, hlm 3

2) *Harassment* (Gangguan/ Pelecehan)

Pesan atau opini yang berisi gangguan yang dikirim melalui media pribadi seperti e-mail, sms yang terjadi terus menerus. Tujuannya adalah untuk mengganggu target dengan kata-kata kasar, menyerang dan melecehkan seseorang.

3) *Denigration* (Mencemarkan Nama Baik)

Pencemaran nama baik di sini adalah memposting secara online atau mengirim sesuatu dengan pesan yang mengganggu atau pun merusak reputasi target. Biasanya kegiatannya menyebarkan gosip atau pun rumor.

4) *Impersonation* (Peniruan Identitas)

Peniruan identitas bisa juga menggunakan akun palsu yaitu memposting opini, pesan atau argumen dengan meniru identitas target dan memberi kesan merusak nama baik korban. Tujuannya untuk membuat korban terlihat buruk sehingga merusak reputasi yang bersangkutan.

5) *Outing and Trickery* (Menyebarkan dan Tipu Daya)

Penyebaran di sini adalah memposting, mengirim foto-foto atau pun rahasia yang berisi informasi yang tidak benar tentang target yang berpotensi memalukan.

6) *Exclusion* (Pengeluaran/ Pengecualian)

Jenis perundungan maya dengan cara mengucilkan seseorang dari grup *online* secara sengaja, bisa saja mengeluarkan dari grup

online dengan kasar. Fenomena ini sering terjadi di kalangan warganet yang mengikuti grup atau kelompok pertemanan daring.

7) *Cyberstalking*

Mengirim pesan yang mengganggu nama baik secara berulang-ulang yang mencakup ancaman dan intimidasi, mencoba merendahkan target.⁴⁷

Pendapat kedua yaitu jenis *cyberbullying* oleh Price and Dalglish (2010) yang merupakan peneliti senior di BoysTown, dalam penelitiannya melibatkan 548 remaja di Australia menggaris bawahi bentuk-bentuk *cyberbullying* sebagai berikut:⁴⁸

1) *Called Name* (Pemberian Nama Negatif)

Pemberian nama negatif adalah salah satu bentuk *cyberbullying* yang sangat membahayakan dan tidak nyaman dirasakan pada korban, sebab korban dipaksa menerima sebutan atau label negatif yang sebenarnya bukan dirinya. Menurut peneliti Sherry Gordon, memanggil nama negatif adalah tindakan yang menyakitkan dan dapat berdampak buruk pada korbannya yang bisa bertahan lama, konsekuensi yang korban dapatkan antara lain, mengikis rasa percaya diri, menyebabkan tunduk pada tekanan mental, perubahan perilaku dan merasa tertindas.⁴⁹ Nama-nama negatif itu di antaranya :

⁴⁷ Nancy E. Willard, *Cyberbullying And Cyberthreats* (Research Press: USA) 6-11

⁴⁸ Muhammad Alam Akbar. Prahastiwi Utari, "Cyberbullying Pada Media Sosial" 13-15

⁴⁹ Sherry Gordon, 9consequences of name calling, <https://www.verywellfamily.com/consequences-of-name-calling-460613>, diakses 24 Juli 2020

- (a) Nama hewan: monyet, anjing, kadal, babi.
- (b) Nama makhluk halus: jin, setan, kuntilanak, hantu, pocong.
- (c) Panggilan fisik: wajah, badan/keseluruhan fisik, cebol, bantet, jumbo.

2) *Image of Victim Spread* (Penyebaran Foto)

Penyebaran foto di sini merupakan ungkapan ekspresi pelaku untuk menghibur dirinya maupun orang lain dengan menggunakan foto korban sebagai objek hiburan, bentuknya dapat berupa foto atau gambar diri korban yang sebenarnya atau bentuk gubahan yang tujuannya untuk bahan lelucon dan membuat malu maupun menyudutkan korban. Hal ini biasanya memuat ejekan dari pengguna media sosial lainnya yang bereaksi pada kolom komentar korban.

3) *Threatened Physical Harm* (Mengancam Keselamatan Fisik)

Cyberbullying juga dapat mengancam keselamatan orang lain. Biasanya terdapat dalam unggahan atau komentar yang mengancam seperti berisi kata “mati”, “bunuh”, “penggal” menjadi erat kaitannya dengan keselamatan orang lain di dunia maya.

4) *Opinion Slammed* (Pendapat Yang Merendahkan)

Pendapat atau opini merendahkan adalah pendapat yang ditulis pelaku untuk korban untuk sengaja menghina keadaan atau penampilan korban. Biasanya berupa ungkapan olok-olok, mengejek atau menyindir korban di media maya.

5) *Rumor spread* (penyebaran rumor)

Penyebaran rumor merupakan jenis perundungan maya yang dilakukan dengan cara mengunggah atau berkomentar hinaan dengan kata-kata bohong, gosip, fitnah dan penyebaran rumor tentang korban, yang tujuannya untuk merusak reputasi korban.

Dari jenis-jenis *cyberbullying* yang telah diuraikan dapat dipahami bahwa semuanya merupakan tindakan yang sangat merugikan dan dapat merendahkan orang lain. Dari dua pendapat mengenai jenis *cyberbullying*, peneliti fokus pada jenis *cyberbullying* yang dikemukakan oleh Price and Dalglish (2010) untuk menjawab praktik *cyberbullying* yang dilakukan pada unggahan @dennyzsiregar terkait fenomena Habib Rizieq Shihab.

D. Analisis Isi

Analisis isi secara kualitatif memungkinkan peneliti memahami kalimat atau uraian dalam bentuk teks melalui pengelompokan kata yang mempunyai makna, yang dimasukkan dalam kategori-kategori pada akhirnya membangun sebuah model atau sistem konseptual. Analisis isi kualitatif memfokuskan risetnya pada isi komunikasi yang tersurat (yang nampak). Oleh karena itu, tidak dapat digunakan untuk mengetahui isi pesan yang tersirat. Altheide (1996), menjelaskan bahwa analisis isi kualitatif disebut *Ethnographic Content Analysis* (ECA), yaitu perpaduan analisis isi objektif dan observasi partisipan. Menurut Weber (1994) dalam Eriyanto, analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan

menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid pada teks.⁵⁰ Phillip Mayring berpendapat analisis isi kualitatif adalah sebuah metode untuk mempertahankan kekuatan isi dengan latar belakang untuk mengembangkan teks yang dilakukan secara sistematis yang berorientasi kualitatif.⁵¹

Analisis isi memiliki tujuan di antaranya menggambarkan karakteristik pesan. Holsti (1969) memaparkan, pertama analisis isi dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom dan how*” dari suatu proses komunikasi. Analisis di sini menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan. Kedua, analisis isi dipakai untuk melihat pesan dan situasi yang berbeda. Situasi di sini dapat berupa konteks yang berbeda budaya, sosial dan politik. Pada penelitian ini peneliti berusaha membuat perbandingan isi pesan antar budaya dan negara. Ketiga analisis isi dipakai melihat pesan pada khalayak yang berbeda, di sini merujuk pada pembaca yang mempunyai karakteristik yang berbeda. Keempat analisis isi dipakai untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda, penelitian ini ingin melihat kasus yang sama dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi yang berbeda.⁵²

Analisis isi adalah sebuah metode penelitian untuk melaksanakan analisis dalam bentuk teks atau disebut tekstual. Analisis isi meliputi mereduksi teks menjadi satuan satuan atau units termasuk di dalamnya

⁵⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2014) , 15

⁵¹ Philip Mayring, *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures And Software Solution*, Gesis, hlm 40

⁵² Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011) , 32-40

ide, gambar, kalimat, halaman depan majalah dan bab, kemudian menrapkan skema pengkategorian pada satuan-satuan tersebut untuk membuat inferensi mengenai komunikasai teks atau kalimat.⁵³

Analisis isi memiliki ciri-ciri di antaranya: (1) objektif yaitu menggambarkan isi pesan secara apa adanya, tanpa ada campur tangan dari peneliti yang ditambah atau dikurangi. Penelitian yang menghilangkan keberpihakan, kecenderungan maupun bias. Hasil dari analisis isi benar-benar menjelaskan isi suatu teks. (2) sistemtis bermakna tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan dengan jelas, masing-masing bagian berkaitan. Kategori yang digunakan memiliki definisi yang jelas dan semua dianalisis dengan kategori dan definisi yang sama. (3) replikabel dapat diulang dengan menghasilkan hasil yang sama. Hasil analisis jika menggunakan bahan dan teknik yang sama, maka hasil harus sama. Temuan yang sama inilah berlaku untuk penelitian berbeda waktu dan konteksnya. (4) isi yang nampak yaitu bagian dari isi terlihat nyata dan tidak butuh penafsiran untuk menemukannya. Isi yang nampak dapat berupa gambar dan pesan teks. (5) perangkuman yaitu analisis isi untuk mempresentasikan karakteristik pesan yang dapat dikategorikan dan, tujuannya untuk menggambarkan detail suatu fenomena.⁵⁴

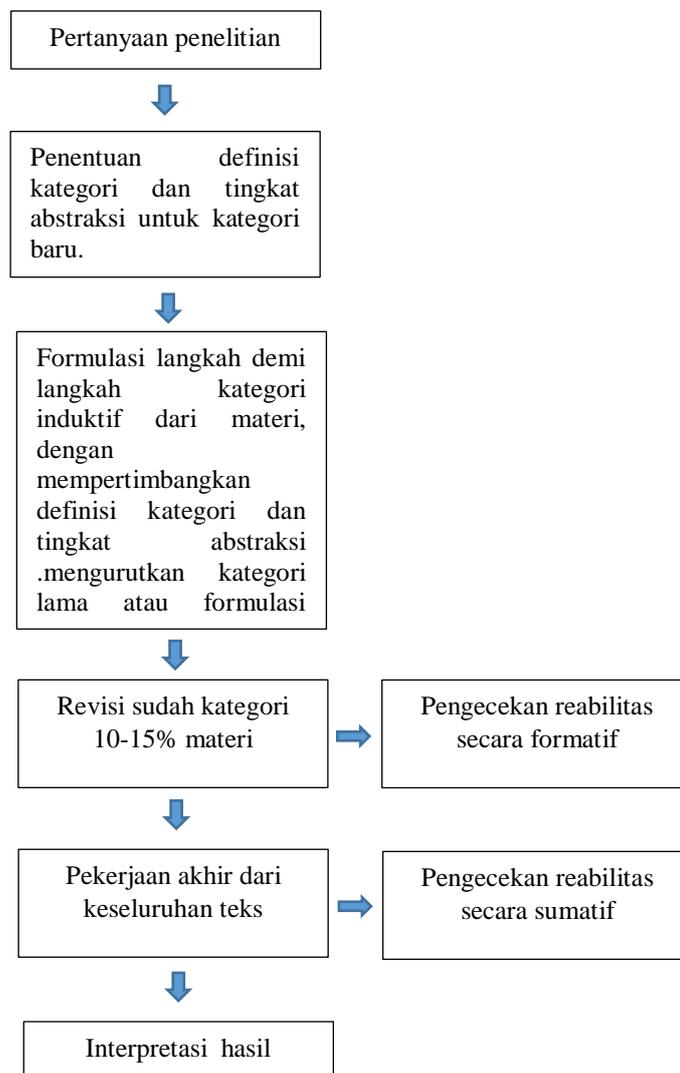
Dalam buku berjudul *qualitative content analysis* dari phillip mayring, dituliskan ide dasar analisis konten dalam komunikasi yang menggaris bawahi empat hal di antaranya: 1) penyesuaian materi ke

⁵³ Ricard West. Lynn. *Introducing Communication Theory: Analysis And Application*, diterjemahkan Oleh Maria Nathalia Damayanti (Jakarta: Salemba Humanika) hlm 86

⁵⁴ Ibid hlm 16-30

dalam model komunikasi, 2) dalam analisis, materi yang harus dianalisis bertahap mengikuti aturan prosedur, yaitu membagi materi dalam kategori-kategori, 3) kategori merupakan pusat dari analisis, aspek intepretasi kalimat atau kata-kata mengikuti pertanyaan penelitian, kemudian dimasukkan dalam kategori. Kategori dalam penelitian didapat dan ditemukan kemudian dilakukan pengecekan ulang di dalam proses analisis.

Adapun prosedur dalam penelitian kualitatif menurut Phillip Mayring adalah sebagai berikut:⁵⁵



Bagan 2.1 Langkah-langkah analisis isi Phillip Mayring

⁵⁵ Phillip Mayring, *Qualitative Content ...*, hlm 80

Dari bagan yang telah dikemukakan sebelumnya merupakan langkah-langkah penelitian analisis isi konsep Phillip Mayring, sebagai berikut:

1. Membuat rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, adapun pertanyaan penelitian yaitu, Bagaimana fenomena praktik *cyberbullying* pada akun Facebook @dennyzsiregar terkait fenomena Habib Rizieq Shihab?
2. Membuat pemisahan dari jenis unggahan, terdapat 3 jenis unggahan yaitu teks, gambar, teks dan gambar. Penentuan kategori, membuat kategori atau pemisahan setiap kategori analisis. Di sini peneliti menggunakan kategori jenis *cyberbullying* dari Price and Dalgleish (2010), terdiri dari 5 kategori antara lain: *called name* (pemberian nama negatif), *image of victim spread* (penyebaran foto), *threatened physical harm* (mengancam keselamatan fisik), *opinion slammed* (pendapat yang merendahkan), dan *rumor spread* (penyebaran rumor).
3. Mencari dan menemukan data pada unggahan akun Facebook @dennyzsiregar terkait fenomena Habib Rizieq Shihab pada 1-30 November 2020, kemudian memasukkan data dalam kategori yang telah ditentukan. Setiap data terdapat satu kategori dan tidak memengaruhi kategori yang lainnya.
4. Memasukkan revisi kategori saat pengkategorian 10-15%. Pada langkah ini disertai pengecekan reabilitas atau keabsahan secara formatif yaitu pengecekan yang dilakukan masing-masing kategori.

5. Pekerjaan akhir dari semua teks. Pada langkah ini pengecekan secara keseluruhan atau biasa disebut pengecekan sumatif.
6. Langkah akhir menginterpretasikan hasil dari masing-masing kategori.

E. Kategorisasi Penelitian

Kategori yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengacu pada jenis-jenis *cyberbullying* dari Price and Dalgleish (2010), untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai adanya praktik *cyberbullying* yang dilakukan pada akun @dennyzsiregar. Sehingga untuk menentukan unggahan yang tergolong dalam *cyberbullying* atau bukan, digunakan indikator jenis-jenis *cyberbullying*.

Jenis-jenis *cyberbullying* didapat dari hasil penelitian yang dilakukan Price and Dalgleish (2010) kepada remaja sebanyak 548 orang di Australia, didukung oleh penelitian lainnya (dalam jurnal Akbar dan Utari, 2015), dan (dalam skripsi Hendra Firmansyah, 2018), kategori jenis-jenis *cyberbullying* tersebut sebagai berikut:

Called name (pemberian nama negatif) pemberian nama negatif adalah salah satu bentuk *cyberbullying* yang sangat membahayakan dan tidak nyaman dirasakan pada korban, sebab korban dipaksa menerima sebutan atau label negatif yang sebenarnya bukan dirinya. Nama-nama negatif itu di antaranya : (a) Nama hewan: monyet, anjing, kadal, babi, (b) Nama makhluk halus: jin, setan, kuntilanak, hantu, pocong, (c) Panggilan fisik: wajah, badan/keseluruhan fisik, cebol, bantet, jumbo.

Image of victim spread (penyebaran foto) penyebaran foto di sini merupakan ungkapan ekspresi pelaku untuk menghibur dirinya maupun orang lain dengan menggunakan foto korban sebagai objek hiburan, bentuknya dapat berupa foto atau gambar diri korban yang sebenarnya atau bentuk gubahan yang tujuannya untuk bahan lelucon dan membuat malu maupun menyudutkan korban. Hal ini biasanya memuat ejekan dari pengguna media sosial lainnya yang bereaksi pada kolom komentar korban.

Threatened physical harm (mengancam keselamatan fisik) *cyberbullying* juga dapat mengancam keselamatan orang lain. Biasanya terdapat dalam unggahan atau komentar yang mengancam seperti berisi kata “mati”, “bunuh”, “penggal” menjadi erat kaitannya dengan keselamatan orang lain di dunia maya. *Opinion slammed* (pendapat yang merendahkan) pendapat atau opini merendahkan adalah pendapat yang ditulis pelaku untuk korban untuk sengaja menghina keadaan atau penampilan korban. Biasanya berupa ungkapan olok-olok, mengejek atau menyindir korban di media maya. *Rumor spread* (penyebaran rumor) penyebaran rumor merupakan jenis perundungan maya yang dilakukan dengan cara mengunggah atau berkomentar hinaan dengan kata-kata bohong, gosip, fitnah dan penyebaran rumor tentang korban, yang tujuannya untuk merusak reputasi korban.

Terdapat *problem* etika dalam bermedia sosial dalam unggahan @dennyzsiregar, untuk mengetahui masalah tersebut

digunakan indikator etika komunikasi di media sosial menurut pandangan Islam, di antaranya: *qaulan saddidan* (ungkapan jujur), *Qaulan balighan* (ungkapan yang efektif dan tepat sasaran), *qaulan maysura* (mudah diterima), *qaulan kariman* (perkataan yang mulia), *qaulan layyin* (ungkapan yang lembut) dan *qaulan ma'rufan* (ungkapan yang baik). Lebih lanjut, kategorisasi penelitian pada penulisan skripsi ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel: 2.1 Kategorisasi Penelitian

Variabel	Kategori <i>Cyberbullying</i>	Sub Kategori
Jenis-jenis <i>cyberbullying</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Called Name</i> (Pemberian Nama Negatif) 2. <i>Image Of Victim Spread</i> (Penyebaran Foto) 3. <i>Threatened Physical Harm</i> (Mengancam Keselamatan Fisik) 4. <i>Opinion Slammed</i> (Pendapat Yang Merendahkan) 5. <i>Rumor spread</i> (penyebaran Rumor) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama hewan: monyet, anjing, kadal, babi. Nama makhluk halus: jin, setan, kuntilanak, hantu, pocong Panggilan fisik: wajah, badan/keseluruhan fisik, cebol, bantet, jumbo. 2. Ungkapan ekspresi pelaku bentuknya dapat berupa foto atau gambar diri korban yang sebenarnya atau bentuk gubahan yang tujuannya untuk bahan lelucon dan membuat malu maupun menyudutkan korban. 3. Unggahan atau komentar yang mengancam seperti berisi kata “mati”, “bunuh”, “penggal” menjadi erat kaitannya dengan keselamatan orang lain di dunia maya. 4. Pendapat yang ditulis pelaku untuk korban untuk sengaja menghina keadaan atau penampilan korban. Biasanya berupa ungkapan olok-olok, mengejek atau menyindir

		korban di media maya. 5. Mengunggah atau berkomentar hinaan dengan kata-kata bohong, gosip, fitnah dan penyebaran rumor tentang korban, yang tujuannya untuk merusak reputasi korban.
Prinsip etika komunikasi bermedia sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Qaulan balighan</i> (ungkapan yang efektif dan tepat sasaran) 2. <i>Qaulan maysura</i> (mudah diterima) 3. <i>Qaulan kariman</i> (perkataan yang mulai) 4. <i>Qaulan ma'rufan</i> (ungkapan yang baik) 5. <i>Qaulan layyin</i> (ungkapan yang lembut) 6. <i>Qaulan saddidan</i> (ungkapan jujur) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ungkapan yang efektif, komunikatif, langsung pada pokok masalah, tepat sasaran, pesan yang sesuai dengan khalayak. 2. Ungkapan yang menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, mudah dicerna dan rasional. 3. Ungkapan yang bertata krama, kata-kata yang tidak menyakitkan hati dan tidak menyakiti. 4. Ungkapan yang sopan, mengandung nasehat, menimbulkan kebaikan dan tidak menjelekkkan orang lain. 5. Ungkapan yang penuh keramahan, menyejukkan hati, dan lemah lembut. 6. Ungkapan yang faktual tidak direkayasa, tidak berbohong, jujur dalam beropini, dan tidak bukan fitnah.

Sumber: Hasil olahan peneliti