

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pola Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kata yang sudah tidak asing terdengar di telinga kita, dari mulai mengenyam pendidikan maka kita akan diajarkan apa itu komunikasi. Pengertian dari komunikasi sangatlah kompleks, komunikasi memiliki banyak pengertian sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Kata komunikasi berasal dari kata *comunicare* yang artinya memberitahukan dan berkembang dalam bahasa Inggris *communication* artinya pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu.

Pengertian komunikasi menurut Everett M. Rogers (1955) komunikasi merupakan suatu proses yang di dalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah perilaku. Menurut Edward Depari (1990) komunikasi merupakan proses penyampayan gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang

tertentu yang mengandung arti oleh penyampai pesan ditunjukkan kepada penerima pesan.¹

Gambaran yang sangat efektif terkait komunikasi dapat dilihat menurut Harold D.Lasswell memiliki cara yang baik dalam menggambarkan komunikasi karena model ini sangat sederhana dan mudah dimengerti. Menurut Lasswel komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahap ialah *Who*: komunikasi (komunikator). *Say What*: apa pesan yang disampaikan. *In Which Channel*: saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. *Two Whom*: siapa penerima pesan komunikasi (komunikator). *Whit What Effect*: perubahan apa yang terjadi ketika seorang komunikan menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan.²

2. Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan sebuah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi memiliki dua macam, pola komunikasi yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial yang memiliki hubungan arah yang berlainan.³ Pola Komunikasi merupakan proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautan unsur-unsur yang dicakup beserta

¹ Suranto AW, “*Komunikasi Sosial Budaya*” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 2-3.

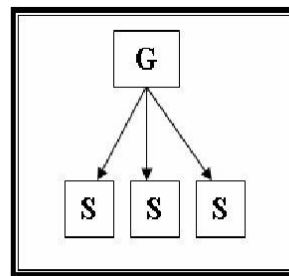
² Dani Kurniawan, “Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan,” *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 2, no. 1 (2018): 60.

³ Amrin Tegar Sentosa et al., “Pola Komunikasi Dalam Proses Interaksi Sosial Di Pondok Pesantren Nurul Islam Samarinda” 3, no. 3 (2015): 491–503,

keberlangsungan, dengan tujuan memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Menurut Effendy pola komunikasi terbagi menjadi 3 macam yaitu:

a. Pola Komunikasi Satu Arah

Pola komunikasi satu arah merupakan proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan baik dalam menggunakan media maupun tanpa media, tanpa adanya umpan balik dari komunikan hanya bertindak sebagai pendengar. Contohnya:



Gambar 1.1

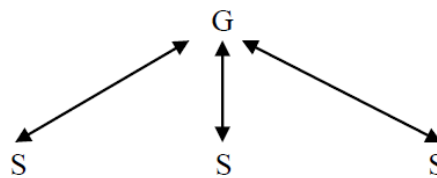
Sumber: <https://www.blog-guru.web.id/2009/03/tiga-pola-komunikasi-dalam-proses.html>

Pola komunikasi satu arah dapat disebut sebagai pola komunikasi linier dimana komunikator memberikan stimulus dan komunikan memberikan respon atau tanggapan yang diharapkan, tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Seperti teori Jarum Hipodermik asumsi-asumsi dari teori ini ketika seseorang memersuasi orang lain, maka ia menyuntikkan satu ampul persuasi kepada orang lain, sehingga orang lain melakukan apa yang dikehendaki.⁴

⁴ Jonathan Anggit Wicaksono, Dra Maya Sekar Wangi, “Church Communication Patterns With Communities Around In Maintaining Religious Community Tolerance”, *Open Journal Systems* 3, No.1, 2019.

b. Pola Komunikasi Dua Arah atau Timbal Balik (*two way traffic communication*)

Merupakan pihak komunikator maupun komunikan saling bertukar fungsi dan menjalani fungsi mereka. Terjadilah interaksi komunikasi dengan memiliki maksud dan tujuan yang akan dicapai. Bermula pada percakapan pertama adalah komunikator utama, yang memiliki tujuan tertentu dengan melalui proses komunikasi proses dialogis serta umpan balik terjadi secara langsung. Contohnya:



Gambar 2.1

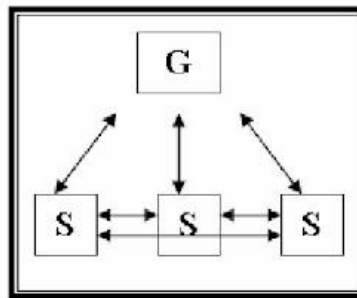
Sumber: <https://educhannel.id/blog/artikel/pola-interaksi-dalam-pembelajaran.html>

Pola komunikasi dua arah atau dapat disebut sebagai komunikasi interaksional kelanjutan dari pola komunikasi linier. Pada pola ini terjadi umpan balik *feedback* gagasan. Ada kalanya komunikan yang mengirimkan informasi dan ada komunikator yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dan komunikan. Komunikasi ini berlangsung dua arah dan proses perputaran arah, sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai komunikator sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai komunikan secara terus menerus dan sebaliknya.⁵

⁵ Jonathan Anggit Wicaksono, Dra Maya Sekar Wangi, "Church Communication Patterns With Communities Around In Maintaining Religious Community Tolerance", *Open Journal Systems* 3, No.1, 2019.

a. Pola Komunikasi Multi Arah

Merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Komunikasi ini akan melibatkan interaksi yang dinamis antara komunikan satu dengan yang lainnya.⁶ Contohnya:



Gambar 3.1

Sumber: <https://www.blog-guru.web.id/2009/03/tiga-pola-komunikasi-dalam-proses.html>

Pola komunikasi multi arah bisa disebut sebagai transaksional, dimana komunikasi ini menekankan bahwa komunikasi muncul dalam sistem yang mempengaruhi komunikasi dan makna. Sistem tersebut mencakup konteks yang dibagikan oleh kedua komunikator. Pola ini juga menunjukkan bahwa bidang pengalaman yang sama diantara komunikator sebagai perubahan dari waktu ke waktu. Disaat kita bertemu dengan orang baru dan tumbuh secara personal, bidang pengalaman kita bertambah luas.⁷

⁶ Kezia Angelica Efendy, Sri Moerdijati, "Classroom Communication Proses dalam Pendidikan Inklusif Sekolah Dasar Galuh Handayani" *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya* 6, No.2 (2018), 9.

⁷ Jonathan Anggit Wicaksono, Dra Maya Sekar Wangi, "Church Communication Patterns With Communities Around In Maintaining Religious Community Tolerance", *Open Journal Systems* 3, No.1, 2019.

Dalam komunikasi multi arah terdapat sebuah interaksi yang di namakan pola interaksi multi arah. Interaksi ini merupakan hubungan-hubungan dinamis yang menyangkut hubungan orang-orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.⁸ Interaksi multi arah disebut juga dengan istilah komunikasi dengan transaksi, yakni komunikasi yang tidak hanya melibatkan interaksi yang dinamis antara komunikator satu dengan komunikan satu.

3. Komunikasi Virtual

Komunikasi Virtual adalah sekumpulan pengguna internet yang membentuk hubungan personal. Komunikasi ini tanpa bertemu langsung dengan menggunakan media internet. Komunikasi virtual dapat mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi saat berkomunikasi seperti jarak atau waktu. Komunikasi virtual dapat diakses oleh seluruh masyarakat yang ada di dunia, sipakai kapan saja dan dimana saja. Hambatan yang sering terjadi pada komunikasi virtual adalah bergantungnya pada internet, di mana jika jaringan internet kurang bagus, biasanya komunikasi akan lambat sampai sedangkan jika jaringan internet bagus maka sebuah komunikasi dapat dilakukan dengan lancar.⁹

Dalam berkomunikasi virtual memiliki dampak positif dan negatif, diantara dampak positif adalah cepatnya pesan yang disampaikan tanpa harus bertemu langsung dan komunikasi ini bisa dilakukan dengan orang dalam negeri

⁸ Soerjono Soekanto, Budi Suustyowati, “*Sosiologi Suatu Pengantar*”, Jakarta: Rajawali Pers, 20113, hlm.55

⁹ Rafki Muhammad, Rouli Manalu, “Analisis Pemanfaatan *Virtual Community* Sebagai Media Komunikasi Kelompok Melalui Sosial Media”, *Jurnal Mutakallimin Ilmu Komunikasi* 3, No.1, (2020).

ataupun luar negeri karena komunikasi bersifat luas tanpa batasan. Dampak negatifnya adalah dalam memanfaatkan komunikasi virtual banyak kesalahan dalam membaca pesan karena hanya berupa teks yang dikirim dan komunikasi ini bisa mengakibatkan terjadinya konflik jika tidak benar dalam menggunakannya, seperti mengirim pesan dengan kata yang tidak sopan. Jikalau pesan yang kita kirim termasuk sebagai bahan bercanda, akan tetapi kita tidak mengetahui si penerima pesan menganggap sebuah pesan tersebut serius maka timbulah sebuah konflik. Bijak dalam menggunakan komunikasi virtual supaya tidak menimbulkan sebuah konflik.

Klaim ideologis bahwa internet membebaskan informasi serta penggunaannya adalah salah satu yang terkuat pada tahun-tahun awal, dan dipandang oleh banyak gaya penulisan sebagai menjadi dasar bagi sebuah batasan baru. Gambaran tentang pembatasan baru itu menjadi metafora kuat bagi apa yang David Silver sebut dalam David Holmes sebagai *popular cyberculture* (budaya maya populer), yang merujuk pada periode pendidikan kemasyarakatan atas populasi kedalam daya pikir internet.¹⁰

B. Jenis Komunikasi

1. Komunikasi Verbal

Menurut Ansary komunikasi verbal adalah tentang bahasa, masing-masing tertulis lisan atau tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran,

¹⁰ Annisa Risecha Junep, Frenky, " Analisis Komunikasi Virtual Pada Kelompok Gamers Dota 2" *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian* 3, No.1, (2017), hlm.3

gagasan, fakta, data informasi, serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar.¹¹

Unsur dalam komunikasi verbal

a. Kata

Kata merupakan lambang terkecil dari bahasa. Kata merupakan lambang yang mewakili sesuatu hal, baik itu orang, barang kejadian, atau keadaan. Sering kali kita membuat kesimpulan terhadap makna apa yang diterapkan pada suatu pilihan kata. Kata yang dipergunakan adalah abstraksi yang telah disepakati maknanya, sehingga komunikasi verbal bersifat intensional dan harus dibagi diantara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

b. Bahasa

Bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna, lambang yang dipergunakan dalam komunikasi verbal adalah lambang bahasa lisan, tulisan, kertas, maupun elektronik. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran dan maksud tujuan kita. Adapun macam bahasa verbal yang digunakan adalah:

- 1) Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional yang dipergunakan sebagai bahasa pemersatu bangsa Indonesia yang dipergunakan untuk memperlancar hubungan komunikasi

¹¹ Desak Putu Yuli Kurniati, "Modul Komunikasi Verbal dan Nonverbal" *tesis Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana*, (2016). 8

- 2) Bahasa Daerah merupakan bahasa yang dipergunakan pada suatu daerah tertentu dan memiliki ciri khas tertentu dibidang kosa kata, peristilahan, struktur kalimat dan ejaan.
- 3) Bahasa gaul budayawan Gunawan Moehammad mengatakan bahwa bahasa gaul adalah bahasa yang pada mulanya sandi yang dipakai penjahat untuk berkomunikasi agar tidak diketahui oleh pihak berwajib.

2. Komunikasi Non-Verbal

Menurut Resberry komunikasi nonverbal merupakan suatu tindakan dan perilaku manusia serta memiliki makna. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesanya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam dunia nyata komunikasi nonverbal lebih sering digunakan, maka dari itu komunikasi bersifat tetap dan selalu ada.

Bentuk komunikasi nonverbal seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara. Fungsi dari pesan nonverbal menurut Mark.L Knapp adalah sebagai:

- a. *Repetisi*, mengulang Kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal.
- b. *Substitusi*, menggantikan lambang-lambang verbal seperti pada gerakan tubuh.
- c. *Kontradiksi*, menolak pesan verbal atau memberi pesan lain terhadap pesan verbal. Contohnya “*hebat kau memang hebat*”

Fungsi dari komunikasi nonverbal adalah mengatur pesan verbal, berfungsi untuk mengendalikan sebuah interaksi dalam suatu cara yang sesuai

dan halus. Seperti anggukan kepala tanda persetujuan. Komunikasi nonverbal digunakan untuk memastikan bahwa makna yang sebenarnya dari pesan-pesan verbal dapat dimengerti. Keduanya saling membutuhkan untuk mencapai sebuah komunikasi yang efektif.¹²

C. Interaksi Sosial

1. Pengertian Interaksi Sosial

Menurut Bonner bahwa interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu yang dapat mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lainya. Interaksi sosial merupakan hubungan individu yang menghasilkan *helping* mutualisme, serta saling mempengaruhi dalam upaya tercapainya perubahan perilaku dan perubahan menjadi yang lebih baik. Menurut Soeryono Soekanto menyebutkan interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan orang perorangan antar kelompok-kelompok manusia.¹³

Menurut Bimo Walgito menjelaskan interaksi sosial ialah berhubungan antara individu satu dengan individu yang lain dan saling mempegaruhi antar individu satu dengan yang lainya dan sebaliknya.

D. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Masyarakat di era saat ini begitu banyak akses dalam berkomunikasi, dari teknologi yang semakin berkembang, munculnya berbagai macam *new media*

¹²Tri Indah Kusumawati, "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal" *Jurnal Al-Irsyad Pendidikan dan Konseling* 6, No.2 (2016), 98.

¹³Nasharillah MG, "Peranan Interaksi Dalam Komunikasi Menurut Islam", *Jurnal Warta Edisi* 52, (2017). 1829-7463

atau media digital. Dapat dilihat bahwa hampir seluruh masyarakat dibelahan dunia memiliki akun pada media sosial, masyarakat beranggapan ingin selalu mengikuti perkembangan zaman, untuk tidak tertinggal informasi. Sehingga baik pada usia balita, anak-anak, remaja, dewasa, bahkan lansia menggunakan media sosial. Maka sudah tidak asing lagi ketika banyak jiwa-jiwa muda yang terekspos dalam menggunakan media sosial. Masyarakat menggunakan media sosial guna untuk media informasi, media pembelajaran, media bisnis dan media hiburan. Sehingga masyarakat dituntut untuk melek media, bentuk informasi yang disampaikan pada media sosial beragam jenisnya sehingga paham terkait media sosial sangat penting. Sekarang ini berbagai macam berita informasi maupun media hiburan dapat mejadi pemorfokasi pola pikir manusia.

Pentingnya melek media sosial untuk digunakan menyaring berita-berita kebohongan atau Hoaks dan *cyberbulliyng*. Maraknya berita hoaks ataupun kasus *cyberbulliyng* di media instagram dan facebook atas kurangnya etika komunikasi dalam bermedia. Media sosial dijadikan ajang penindasan, kejahatan, penyebaran informasi kebohongan/hoax, bahkan terkadang dipergunakan untuk menipu/penculikan. Jika dilakukan penelitian mendalam masih banyak terkait kasus-kasu kejahatan terhadap media sosial. Dengan adanya media sosial agar dapat dijadikan sebagai produktivitas, sarana *learning*, dan industri kreatif agar semakin berkembang, tidak hanya sebagai eksistensi diri dan hiburan semata. Seperti kekreatifan anak bangsa dunia perfileman, fotografi, vidiografi, seniman, dan sebagai tempat jurnalisme.

Jadi media itu bersifat universal, begitu banyak orang yang dapat mengirim pesan, dan pesan yang disampaikan bertema bebas tanpa harus melalui *gatekeeper*, berbeda dengan media massa seperti televisi maupun radio di mana jika pesan yang tersampaikan akan melalui *gatekeeper* terlebih dahulu, untuk melihat layak dan tidaknya untuk ditayangkan. Jika di media sosial kita diberikan kebebasan dalam mengunggah gambar, video, dan teks tanpa ada suatu larangan, hal ini yang memicu media sosial sebagai sarana *cyberbullying*, kita dibebaskan dalam berkomentar untuk mengemukakan pendapat kita. Sehingga banyak khalayak media yang memberikan ajang perseteruan sebagai pembelaan diri di kolom komentar. Banyak kata-kata yang kurang sopan bahkan tidak sopan dalam kolom komentar. Jadi jalan utama dalam meluruskan hal tersebut bahwa media sosial dilindungi oleh UU ITE Nomor 11 tahun 2008 yang mengatur terkait informasi dan transaksi elektronik.

2. Efektivitas Komunikasi di Media Sosial

Jika dalam dunia nyata kita sangat perlu menggunakan komunikasi untuk sebuah interaksi dengan komunikan. Maka tidak akan jauh berbeda dalam ranah budaya siber juga akan menggunakan sebuah komunikasi untuk berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Hal ini diperlukan atas keefektifitasan dalam berkomunikasi pada media sosial. Agar sebuah komunikasi berlangsung secara efektif, perlu adanya strategi komunikasi yang memperhitungkan faktor pendukung dan penghambat komunikasi. Ada empat faktor penting dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif:

a. Menentukan Khalayak

Hal pertama yang perlu dipelajari sebelum melancarkan komunikasi, maka perlu menentukan khalayak siapa saja yang akan dijadikan sasaran komunikasi. Nantinya dapat menentukan sebuah komunikasi dan mengetahui untuk melakukan tindakan tertentu.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi sangat diperlukan Ketika akan melancarkan sebuah komunikasi. Kita tahu bahwa media komunikasi sekarang itu begitu banyak jenisnya. Untuk dapat mencapai sasaran komunikasi yang tepat diperlukan memilih salah satu atau gabung dari beberapa media, dengan ketentuan tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

c. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Faktor yang paling penting untuk melancarkan komunikasi dilihat dari daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

d. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan (*message*) komunikasi pastinya mempunyai tujuan tertentu. Nantinya dapat menentukan teknik apa yang akan diambil dalam berkomunikasi seperti teknik persuasi, teknik intruksi, wajib seharusnya seorang komunikasi mengerti dari pesan yang akan disampaikan. Dilihat dari isi pesan (*content of the message*) atau lambang (*symbol*). Dengan pesan satu dan lambang yang bermacam-macam jenisnya.¹⁴

Menurut Mc. Corsky Larson dan Knapp, Komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (*accuracy*) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan. Komunikasi yang efektif hanya dapat terjadi jika komunikator dan komunikan memiliki persamaan dalam pengertian, sikap dan bahasa. Sebuah komunikasi dapat dikatakan efektif apabila:

- 1). Pesan dapat diterima dan dimengerti dan difahami sesuai maksud pengiriman.
- 2). Pesan disampaikan disetujui penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatannya.
- 3). Tidak ada hambatan berarti bagi penerima pesan untuk menindaklanjuti dengan perbuatan.¹⁵

3. Etika Komunikasi di Media Sosial

Pentingnya sebuah etika komunikasi kita terapkan. Terutama ketika menggunakan media sosial. Seperti menurut Nur Hadi Wiryanto memiliki

¹⁴ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi" *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 16, No. 2, 2016), 4.

¹⁵ Rafki Muhammad, Rouli Manalu, "Analisis Pemanfaatan *Virtual Community* Sebagai Media Komunikasi Kelompok Melalui Sosial Media", *Jurnal Mutakallimin Ilmu Komunikasi* 3, No.1, (2020).

beberapa alasan mengenai pentingnya etika dalam dunia maya seperti pengguna media sosial berasal dari berbagai Negara yang mungkin memiliki budaya, bahasa dan adat istiadat yang berbeda-beda. Media sosial tempatnya orang-orang yang hidup dalam dunia *anonymouse*, yang tidak mengharuskan pernyataan identitas asli dalam berinteraksi. Dan media sosial memiliki berbagai macam fasilitas yang diberikan dalam internet, memungkinkan seseorang untuk bertindak etnis.

Hukum komunikasi yang efektif *the 5inevitable laws of effective communication* diantaranya:

- 1) **Respect**, sikap menghargai dan setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Jika kita ingin mengkritik atau memarahi seseorang lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri kebanggaan seseorang.
- 2) **Empaty**, kemampuan untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dahulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain. Kita dapat membangun keterbukaan dan kepercayaan yang kita perlukan dalam membangun kerja sama atau sinergi dengan orang lain.
- 3) **Audible**, dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.
- 4) **Clarity**, keterbukaan atau transparansi dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau disembunyikan) sehingga dapat menimbulkan rasa percaya *trust* dari penerima pesan.

5) *Humble*, sikap rendah hati dalam segala aspek seperti sikap melayani, menghargai, mendengarkan kritikan, tidak sombong memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta lebih mengutamakan yang lebih besar.¹⁶

Etika pada dunia maya dapat kita sebut sebagai *netiket*. Pada dasarnya *netiquette* adalah panduan untuk bersikap dan berperilaku sesuai dengan kaidah normatif yang berada pada lingkungan internet. Hal ini bermanfaat untuk membantu dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain tanpa harus mengalami masalah atau salah pengertian. Menurut IETE (*The Internet Engineering Task Force*) sebuah komunitas masyarakat yang terdiri dari para perancang jaringan, operator, penjual dan peneliti yang berhubungan dengan evolusi arsitektur dan pengoperasian internet di skala internasional menetapkan aturan umum terkait penggunaan media sosial atau internet. Ada yang perlu diperhatikan ketika akan menggunakan jejaring internet dalam dunia siber karena akan melibatkan dari berbagai karakteristik yang berbeda dan selalu mengikuti kaidah dan etika yang berlaku pada siber kultur secara umum. Begitupun dalam berkomentar, berbagi informasi, dan pemanfaatan fasilitas pada media sosial harus mematuhi semua peraturan yang berlaku diantaranya:

- 1) Jangan melakukan penghinaan, melecehkan, menyerang pribadi seseorang atau pihak lain.
- 2) Jangan menunjukkan sifat sombong, angkuh, merasa paling benar, berkata kasar, yang mengakibatkan rasa tersinggung bagi orang lain.

¹⁶ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010),194-196.

- 3) Jangan menuliskan huruf kapital pada kata-kata tertentu serta huruf singkat/singkatan, yang kadang kala menimbulkan multi tafsir atau salah pengertian.
- 4) Jangan mengekspos atau memunculkan kembali hal yang bersifat pribadi, keluarga orang lain yang bias di dimanfaatkan oleh orang yang tidak bertanggung jawab.
- 5) Jangan di jadikan jaringan internet yang bersifat umum tersebut sebagai arena untuk saling membahas pesan yang bersifat pribadi.
- 6) Jangan turut menyebarkan suatu berita/informasi yang sekiranya tidak logis dan belum pasti kebenarannya karena bisa jadi informasi tersebut bohong (*hoax*).
- 7) Jangan melakukan penyampaian saran/kritik terhadap pribadi seseorang di depan forum karena hal tersebut dapat membuat ketersinggungan atau rendah diri dari orang yang dikritik.
- 8) Jangan melakukan penyebaran data dan informasi yang melanggar terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI).
- 9) Jangan melakukan pengutipan suatu kata, tulisan, gambar apapun untuk dipublikasikan ulang tanpa menulis sumber aslinya.
- 10) Jangan menyalahgunakan jaringan internet sebagai isu-isu yang bersifat SARA.¹⁷

Masih banyak yang perlu kita perhatikan etika dalam menggunakan internet. Banyak dari kita ketika sudah menggunakan media sosial akan lupa terkait etiket

¹⁷ Muttaqin, Dina Chamida, Mesias Jusly ,” *Hukum dan Cybercrime*” (yayasan kita menulis, 2021), 14.

yang telah ditetapkan, pastinya akan menurunkan tingkat moralitas bagi budaya siber.

E. Instagram

Media merupakan salah satu kebutuhan primer bagi umat di dunia ini. Dikarenakan hampir di kehidupan kita setiap harinya membutuhkan media untuk sarana informasi, sarana pendidikan, bahkan sebagai sarana hiburan sesuai kebutuhan yang manusia perlukan. Jika berbicara mengenai media maka akan berbicara mengenai komunikasi, dalam memahami sebuah media kita perlu melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses terbentuknya komunikasi maka akan dibutuhkan beberapa hal, diantaranya akan berbicara mengenai objek, organ dan medium.¹⁸

Instagram diambil dari kata “insta” berasal dari kata “instan”. Dan kata “gram” berasal dari kata “Telegram” yang dapat digunakan sebagai pengirim informasi secara cepat. Instagram pertama kali muncul pada 6 Oktober 2010, kemudian instagram diakui oleh perusahaan pemilik akun facebook.¹⁹ Instagram merupakan *platform* media yang berbasis foto, *image*, dan video. Instagram sendiri memiliki 1,478 miliar pengguna diseluruh dunia pada data awal tahun 2022, dapat dikatakan bahwa 23,9% dari semua orang yang berusia 13 tahun keatas diseluruh dunia menggunakan instagram. Di Indonesia sendiri pengguna akun instagram yang aktif mencapai 99,2 juta terdapat 49% pengguna global

¹⁸ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*” (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2017), 3.

¹⁹ Muchamad Nabil, Ghufro, “Pengguna Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online” *EJournal Ilmu Komunikasi* 9, No.3 (2021), 22.

instagram adalah wanita, dan 50,7% pengguna global instagram adalah laki-laki.²⁰ Pengguna dilihat berdasarkan jangkauan iklan publikasi dialat swalayan pada januari 2022.

Instagram selain sebagai *platform* sebagai *sharing* foto atau *image*. Bisa juga dijadikan media bisnis dan dapat digunakan untuk mengunggah konten-konten yang menarik diluar foto dan *image*. Instagram memiliki fitur-fitur yang sangat menarik salah satunya sebagai berikut:

1. Jenis Fitur-Fitur pada Instagram

a. Feed Post

Bagian konten yang dapat diposting pada laman instagram. Kita dapat memilih foto atau image dan dapat pula sebagai mengunggah video.

b. Story

Platform ini ketika kita memosting sebuah foto maupun video yang dapat hilang dalam kurun waktu 24 jam kedepan.

c. Sory Highlight

Penampilan sebuah story secara permanen didalam profile. Jadi fitur ini dipakai untuk mengumpulkan berbagai koleksi instagram stories yang pernah dibuat sebelumnya.

d. IGTV Vidio

Fitur ini untuk menunggah sebuah video yang berdurasi 60 detik atau satu meneit.

²⁰ Microsoft Indonesia News Center, "Study Microsoft Menunjukkan Peningkatan Digital Civility (Keadapan Digital) di Seluruh Kawasan Asia Pacific Selama Masa Pandemi," Indonesia News Center, 2021, <https://datareportal.com/reportas/digital-2022-indonesia>

e. Reels (Reels Visual Replies)

Merupakan icon yang digunakan untuk mengunggah foto atau video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek, tools dan kreatif lainnya.

f. Guide

Fitur guide berfungsi sebagai pemostingan konten dengan alur, komentar, tip, rekomendasi, dan lain sebagainya. Jadi dapat membuat konten berbentuk panduan.

g. Shop

Fitur ini digunakan sebagai laman berbelanja atau masuk pada katalog produk untuk membeli, jika sekarang di manfaatkan untuk bisnis online standar nasional sampai dengan standar internasional jenis produk. Jika dalam proses pembelianya khalayak akan diarahkan menuju website untuk pemesanan produk tersebut.

h. Halaman Profil

Halaman profil ini akan menunjukan semua feed post yang pernah kita buat, selain itu juga untuk melihat jumlah followers dan akun yang kita follow, bio diri, deskripsi diri, dan masih banyak lagi. Lebih kepada melihat profil yang kita buat.²¹

Media sosial instagram dapat menjadi terpopuler selalu berkembang dikarenakan beberapa fitur-fitur didalamnya yang menarik dan selalu *update* diperbaharui sehingga terlihat inovatif dari media-media lainnya. Dapat menjadi

²¹ Jubilee Enterprise, "Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis", (Jakarta, PT.Gramedia, Jakarta, 2021), 3-9.

banyak penggunanya, baik dalam sebuah komunitas, organisasi, yang menggunakan instagram sebagai media belajar, bisnis, mapun hiburan.

F. Perundungan Siber

1. Pengertian Perundungan Siber

Perundungan siber atau biasa kita sebut sebagai *cyberbullying* perundungan yang dilakukan oleh individu atau kelompok individu kepada individu atau kelompok individu lain dengan memanfaatkan media internet untuk melakukan perundungan. Ada beberapa bentuk dari perundungan siber (*cyberbullying*) diantaranya:

- a. **Flaming**, kemunculan pada komunitas online seperti forum, grup chat, atau *thread* komentar di media sosial. *Flaming* dilakukan dengan cara penyerangan secara verbal berupa hujatan, cacian, hinaan, atau panggilan buruk yang dialamatkan pada seseorang yang dilakukan di forum publik.
- b. **Outing**, tindakan memermalukan korban perundungan siber secara aktif di muka umum. Seperti pada grup *chatting*, forum, di media sosial. Maupun dikirimkan pada korban secara langsung. Seperti memermalukan karena keterbatasan fisik yang dimiliki korban, maupun kekurangan lain yang dimiliki korban. Penyutingan foto orang lain tanpa seiiizin pemiliknya yang kemudian dibuat meme di media sosial biasa dikategorikan sebagai *outing*.
- c. **Dissing**, yaitu pengiriman informasi yang buruk sekali tentang korban untuk merusak reputasi dan persahabatan. Seperti pengiriman foto habis penyutingan, *screenshot*, atau video secara daring.

Aktivitas *dissing* dapat disebut sebagai fitnah yang terjadi di dunia maya. Perbuatan *dissing* termasuk yang sangat tidak bermoral.

- d. **Trolling**, mengunggah konten yang menghasut tentang korban, dan sering tidak relevan dengan topik yang dibicarakan di komunitas daring seperti forum, *chatting*, blog, atau juga media sosial. *Trolling* di media sosial adalah provokasi yang dilakukan oleh pelaku di dunia maya agar pengguna media sosial ikut membenci korban.

Tindakan-tindakan di atas salah satu jenis *cyberbullying* yang sangat tidak dibenarkan secara etis. Dimana tindakan ini secara tujuan maupun melukai orang lain sehingga dapat dikatakan yang tidak bermoral. Media sosial dalam membuat viral menjadika persoalan etika semakin mendapatkan signifikansinya. Jadi prinsip kehati-hatian dan pertimbangan yang matang dalam bermedia sosial menjadi hal yang utama dalam etika di media sosial.²²

2. Netizen

Jika berbicara mengenai netizen maka akan berbicara terkait media massa karena media massa merupakan wadah atau sarana untuk menyebarkan suatu informasi kepada masyarakat luas. Media massa dapat dikatakan sebagai media informasi massal dan dapat diakses oleh siapaun yang menghendakinya. Ditinjau dari segi makna media merupakan alat untuk menyebarluaskan suatu berita, opini, komentar, hiburan, dan masih banyak lagi. Menurut Canggara media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikator kepada

²² Fajar Junaedi, "Etika Komunikasi di Era Siber" (Depok, Rajawali Pers, 2020), 173-176.

khalayak, dan massa adalah alatnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan konten-konten kreator.²³

Netizen secara harfiah “warga Net” istilah ini dibentuk dari dua kata *Internet* dan *citizen* (warga). Jadi dapat dikatakan netizen karena sebagai orang yang aktif di komunitas *online* atau aktif internetan dengan terlibat dalam sejumlah forum atau media sosial. Netizen dapat dikatakan sebagai *user* (pengguna) internet aktif dalam berkomunikasi, mengeluarkan pendapat, berkolaborasi, di media internet. Jika seorang user hanya sekali membuka internet dalam keperluan tertentu belum dapat dikatakan sebagai netizen. Dapat dikatakan netizen jika sudah aktif dan terus menerus dalam menggunakan internet.²⁴

3. Teori Disinhibition Effect

Disinhibition Effect merupakan perilaku khusus yang diperlihatkan seseorang hanya ketika online. Tanpa kita ketahui identitas yang sebenarnya hal ini akan menjadikan setiap individu merasa bebas dalam berperilaku yang terkadang memunculkan kecenderungan perilaku agresif.²⁵

Dalam menggunakan media sosial ada dua klasifikasi bagi netizen dalam berperilaku seseorang di media sosial yaitu *Benign Online Disinhibition* dan *Toxic Online Disinhibition*. *Benign Online Disinhibition* adalah pola perilaku seseorang yang lebih menunjukkan banyak emosi, harapan, ketakutan dan

²³ Dedi Kusuma Habibi, “Dwi Fungsi Media Massa”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, UIN Gadjah Mada 7, No.2, (2018), 79.

²⁴ Asep Syamsul M. Romli, “*Jurnalistik Online*”, (Bandung, Nuansa Cendekia, 2018), 180.

²⁵ Ratih Ade Putri Sholikin, Weni Hastuti, Wijayati, “Hubungan Antara Gambaran Diri Dengan Disinhibition Effect Pada Remaja”, *ITS PKU Muhammadiyah Surakarta, Jurnal, PROFESI Professional Islam* 15. No.1, (2019), 3.

keinginan untuk berperilaku baik. Karakteristik ini menandakan kemampuan untuk mengembangkan diri dalam menyelesaikan masalah, mengembangkan emosi dan menambah pengalaman.

Toxic Online Disinhibition adalah pola perilaku seseorang berperilaku negatif dengan melontarkan kata-kata kasar, kritikan keras, tempramen, kebencian, ancaman atau mengunjungi sisi gelap dari lingkungan online seperti pornografi, kekerasan dan kejahatan yang hanya dilakukan di dunia maya.²⁶

G. Etnografi Virtual

Menurut Christine Hine, etnografi virtual merupakan metodologi dalam menginvestigasi jejaring internet dan mengeksplorasi kepada pengguna internet tersebut, etnografis virtual juga termasuk sebagian dari keterlibatan komunikasi dalam menyelesaikan permasalahan di internet. Etnografi virtual dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk mengungkapkan sebuah realitas, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat dari komunikasi yang terhubung dengan media kelompok komunikasi virtual internet.

Tanpa disadarai setengah kehidupan kita memanfaatkan media sosial, menggunakan media internet untuk menyambung kebutuhan kita. Jadi dapat dikatakan aktivitas kita di media sosial sebagai budaya artefak, didalam kehidupan sosial juga terdapat bermacam-macam tentang dominasi dan hegemoni kekuasaan, keanekaragaman suku, budaya, ras, gander, mapun agama. Artefak ini akan meneliti lebih mendalam pada kehidupan dan bagaimana artefak itu dapat

²⁶ Agung Prasetya, Maya Retnasary, Dmas Akshin Azhar, "Pola Perilaku Bermedia Sosial Netizen Indonesia Menyikapi Pemberitaan Viral di Media Soail", *UIN Adhirajasa Reswara Sanjaya, Jurnal Of Digital Communication And Design JDCODE 1* No.1. (2022), 7.

berlaku pada sebuah kelompok. Disinilah sebuah etnografi virtual digunakan sebagai bentuk penelitian pada jejaring media sosial yang lebih mendalam melalui virtual (*cyberculture*).

Cyberculture diartikan sebagai budaya pada dunia virtual yang memiliki tiga perspektif yakni secara material (*material stories*) memandang teknologi dalam internet sebagai aspek dari sejarah. Simbolik (*symbolic stories*) memandang internet dengan cangkupan yang sangat luas, internet sebagai ruang produksi, sirkulasi, dan konsumsi penggunaannya. Pengalaman (*experiential stories*) menjadikan ruang siber sebagai interaksi antara dunia nyata dengan dunia virtual dalam menyelaraskan sebuah pengalaman.

Prinsip-prinsip enografi virtual diantaranya, keberadaan peneliti dapat memahami lokasi internet personal yang akan diteleti. Peneliti harus mampu memahami medium interaksi secara virtual. Etnografi virtual mampu memikirkan terkait proses interaksi di dalam media yang akan digunakan melalui internet. Etnografi virtua harus mengetahui batasan-batasan dalam artefak budaya, dapat membatasi koneksi antara virtual dan *real*, etnografi harus bisa membatasi dalam memutuskan dari data yang tengah diteliti. Etnografi dapat memahami sebuah situasi sementara yang berada di dunia virtual. Etnografi virtual dapat mengerti situasi interaksi termediasi dimana waktu-waktu pengguna internet dilakukan. Etnogtafi virtual dapat tidak hadir dalama sebuah penelitian, karena penelitian dapat melalui teknologi. Seorang peneliti yang menggunakan metode etnografi virtual dapat faham terkait makna dari virtualitas.

Dalam penelitian etnografi virtual harus mengetahui prosedur-prosedur penelitian, diantaranya Prosedur pada etnografi virtual adalah memasuki dalam

ranah budaya, dapat mengoleksi dari data yang dianalisis, memilih data yang murni tanpa tercampur dari informasi lainnya, dapat menginterpretasikan data yang sesuai fakta di lingkungan virtual, peneliti dapat memperhatikan etika dalam melakukan sebuah penelitian, dan bisa keluar dari penelitian tersebut jika penelitian telah selesai.

Seorang peneliti yang menggunakan metode etnografi virtual dapat mengetahui level-level dalam media siber. Diantaranya level analisis pada media siber melalui level ruang media (peneliti mengamati bagaimana struktur dari medium di internet). Level dokumen media (*media archive*) etnografi mengeksplorasi artifak budaya dan memproduksi dalam interaksi di sebuah komunitas virtual. Level objek media (*media object*) peneliti menggunakan teks yang berada pada media siber maupun dilingkungan teks tersebut. Level pengalaman (*experiential stories*) peneliti menghubungkan antara realitas yang di dunia virtual (*online*) atau realitas yang sebenarnya pada dunia nyata (*offline*) sebab sebuah *stories* merupakan gambaran dari dunia nyata.

Dalam etnografi virtual terdapat paradigma untuk membantu kita dalam riset data, paradigma ini sebagai pijakan pertama dalam peneliti realitas internet. Ada tiga paradigma dalam riset etnografi virtual diantaranya positivisme (ilmu sosial) mengkaji kesederhanaan pada fenomena yang diamati. Paradigma ilmu sosial interpretatif mengkaji terkait aksi sosial yang terjadi pada dunia virtual terutama pada kata-kata yang tertulis (teks) bisa berupa video, kata-kata, gambar, rekaman suara, buku dan sebagainya. Paradigma ilmu sosial kritis menekankan pada sosial masyarakat yang mempunyai kewajiban moral dalam mengungkapkan, menjelaskan, ataupun memahami suatu hubungan dalam

masyarakat.²⁷ Jadi dapat disimpulkan bahwa etnografi virtual digunakan untuk peneliti media sosial yang berkaitan dengan jejaring internet untuk mengkaji artefak budaya yang berada di media sosial. Etnografi virtual lebih mengacu pada penelitian yang dilakukan secara *online* daripada *offline*. Kita menganalisis siberkultur yang berada di media sosial.

²⁷ Rulli Nasrullah, "*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*", (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2020), 5-65.