

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TINDAKAN
CYBERBULYING PADA GAMBAR MEME
DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Deskriptif tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar *Meme*
di Media Sosial)

SKRIPSI

OLEH:

**PUTRA ANUGRAH PRAMANA
12 853 0017**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TINDAKAN
CYBERBULYINGPADA GAMBAR MEME
DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Deskriptif tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar *Meme*
di Media Sosial)

SKRIPSI

Oleh:

**PUTRA ANUGRAH PRAMANA
12 853 0017**

Skripsi Sebagai Satu Diantara Beberapa Syarat untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Persepsi Mahasiswa Terhadap Tindakan *cyberbullying* Pada Gambar *Meme* di Media Sosial (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap tindakan *cyberbullying* pada gambar *meme* di Media Sosial

Nama Mahasiswa : Putra Anugrah Pramana

NIM : 12 853 0017

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Drs. Syafrudin Ritonga, MAP
Pembimbing I


Dra. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si
Pembimbing II

Mengetahui



Prof. Dr. M. Arif Nasution, MA
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tanggal Lulus:

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya tulis ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabuta gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 2016

Putra Anugrah Pramana
NIM. 12 853 0017

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan Pada Tanggal 11 Januari 1994 Penulis Anak 3 dari 4 bersaudara ini merupakan putra dari pasangan Suparman dan Rukmini Wati.

Tahun 2012 Penulis lulus dari MAS Al-Ulumul Wasi'ah Aek kanopan dan pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Pada bulan Juli hingga Agustus 2016 penulis melaksanakan penelitian skripsi di Universitas Medan Area dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tindakan *Cyberbullying* Pada Gambar *Meme* di Media Sosial (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar *Meme* di Media Sosial”.

ABSTRAK

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TINDAKAN *CYBERBULYING* PADA GAMBAR *MEME* DI MEDIA SOSIAL

(Studi Deskriptif tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar *Meme*
di Media Sosial)

Oleh:

**PUTRA ANUGRAH PRAMANA
12 853 0017**

Kata-kata *meme* sudah lazim kita dengar beberapa tahun belakangan ini, *meme* bisa dalam bentuk gambar maupun video, dan menyebar sangat cepat di internet, *meme* bisa punah atau pun terus berkembang biak, hanya *meme* populer lah yang akan terus bertahan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi remaja mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap *cyberbullying* pada gambar *meme* di Media Sosial. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian seluruh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Stambuk 2014 dan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area sebanyak 158 mahasiswa besarnya sampel digunakan rumus *Slovin*, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 61 orang. Teknik analisis data bersifat deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan dihitung frekwensi dan persentasenya kemudian disajikan dalam bentuk tabel tunggal. Hasil penelitian persepsi mahasiswa *cyberbullying* pada gambar *meme* merupakan sebuah tindakan yang sangat memalukan dan dapat merusak nama baik seseorang media, maupun lembaga, dan ada yang menganggap gambar terbut gambar tersebut dapat menghibur dan memberikan informasi.

Kata Kunci : *Cyberbullying* Gambar *Meme*, Persepsi

ABSTRACT

CYBERBULYING ACTION AGAINST THE STUDENT PERCEPTION ON IMAGE MEMES IN SOCIAL MEDIA (Descriptive Study of Student perceptions of school of social and political sciences of the University of Medan Area against the action of Cyberbullying on picture Meme in Social Media)

By:

**PUTRA ANUGRAH PRAMANA
12 853 0017**

The words meme already prevalent we have heard in recent years, the meme can be in the form of pictures or videos, and spread very quickly on the internet, memes can be extinct or continue to proliferate, popular meme only will continue to survive. The purpose of this research is to know the perceptions of student remaja Faculty of social and political sciences of the University of Medan Area against cyberbullying on image memes in Social Media. Research methods used in this research is a method of quantitative deskriptif. Populations and samples in the study throughout the course students study communication science Stambuk 2014 and 2015 Faculty of social and political sciences of the University of Medan Area as much as 158 students the magnitude of sample Slovin formula is used, then the number of samples in this study was 61 people. Data analysis techniques are deskriptif i.e. research which gives you an idea of situations or events. The data obtained through the dissemination of the questionnaire will be calculated frequencies and presentasinya is then presented in the form of a single table. Student perceptions of cyberbullying research results on the image of the meme is an action which is very embarrassing and can ruin a person's good name, as well as media agencies, and there's a menganggap picture of the picture can be comforting terbut and provide information.

Keywords: Cyberbullying Pictures Memes, Perception

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tindakan *Cyberbullying* Pada Gambar *Meme* di Media Sosial (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar Meme di Media Sosial”.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Drs. Syafruddin Ritonga, MAP selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Pembimbing II dan sekaligus selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberi arahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini. Terimakasih kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Prof. Dr. M. Arif Nasution, M.A serta seluruh staff pengajar dan pegawai di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayahanda Suparman dan Ibunda Rukmini Wati serta Nenek tercinta Wagini yang penuh pengorbanan dalam membesarkan, curahan kasih sayang, serta doa yang tak henti kepada penulis selama mengikuti pendidikan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta saudara saya Abangda Fachrazy, S.Kom dan Adinda Muhammad Ardiansyah serta kakanda Almh. Putri Wahyuni terima kasih buat dukungan doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Bagi penulis tanpa dukungan dari keluarga tidak akan mungkin dapat menyelesaikan studi ini, baik nasehat dari kedua orang tua yang begitu peduli

terhadap penulis serta memberikan perhatian yang khusus bagi penulis disaat penulis mengalami kegagalan.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada sahabat-sahabat dan rekan kerja di PT, Estika Daya Mandiri yang tidak bisa disebut satupersatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam melaksanakan penelitian. Serta ucapan terimakasih kepada teman-teman seluruh stambuk 2012 yang khususnya Lastri Winda Sari, Rina Iriyanti, Venni Desi Arti, Yoana Paramitha, Muliati, Hardiansyah Arifin, Sriwahyuni, Jerikho dan masih banyak yang tidak bisa disebut satu persatu, yang telah memberikan banyak bantuan, kebersamaan dan dukungan kepada penulis selama penelitian hingga selesainya skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi.

Medan,

2016

(Putra Anugrah Pramana)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTARCT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Perumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Tujuan Penelitian.....	10
1.5.2. Manfaat Penelitian	10
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 11
2.1 Uraian Teori.....	11
2.1.1. Persepsi.....	11
2.1.2. Tinjauan Tentang Teori S-O-R.....	13
2.1.3. New Media	17
2.1.4. Media Sosial	22
2.1.5. <i>Cyberbullying</i>	27
2.1.6. Gambar Meme	30
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
3.1 Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.1.1. Jenis Penelitian	34
3.1.2. Sifat Penelitian.....	34
3.1.3. Lokasi Penelitian	34

3.1.4. Waktu Penelitian.....	34
3.2. Poulasi dan Sampel	35
3.3.1. Populasi	35
3.3.2. Sampel.....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.4. Definisi Operasional Variabel	37
3.5. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.1.1. Sejarah Singkat Universitas Medan Area	37
4.1.2. Visi dan Misi Universitas Medan Area	39
4.1.3. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMA	40
4.1.4. Visi, Misi dan Tujuan FISIP UMA	41
4.1.5. Unsur Pimpinan Fakultas	42
4.1.6. Program Studi Ilmu Komunikasi.....	43
4.2. Penyajian Data Hasil Penelitian Tabel Tunggal.....	43
4.2.1. Karakteristik Responden	44
4.2.2. <i>Cyberbullying</i> Gambar <i>Meme</i>	46
4.2.3. Persepsi Mahasiswa <i>Cyberbullying</i> Gambar <i>Meme</i>	53
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. KESIMPULAN	61
5.2. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Unsur Pimpinan Fakultas dan Program Studi.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.4 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4.5 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Pesan yang Berisi Ancaman dan Hinaan.....	46
Tabel. 4.6 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Penyebaran Gosip di Media Sosial	46
Tabel. 4.7 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Pengunduhan Gambar Memalukan (Pelecehan) Di Media Sosial	47
Tabel. 4.8 Gambar <i>Meme</i> mengenai Fitnah di Media Sosial	48
Tabel. 4.9 Gambar <i>Meme</i> mengenai pembeberan Informasi tanpa Izin di Media Sosial.....	48
Tabel. 4.10 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Pencurian Identitas/Pembuatan <i>Account</i> Palsu di Media Sosial.....	49
Tabel. 4.11 Gambar <i>Meme</i> Mengenai <i>Update</i> Status yang Merusak Nama Baik	50
Tabel. 4.12 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Aktivitas Komentar yang Merusak Nama Baik	50
Tabel. 4.13 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Pengiriman Pesan yang Merusak Nama Baik	51
Tabel. 4.14 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Pembutan Pernyataan yang Berisi Kebencian di Media Sosial	52
Tabel. 4.15 Gambar <i>Meme</i> Mengenai Kampanye Agar Target Dibenci dan <i>Di-Bully</i>	52
Tabel. 4.16 Tertarik terhadap <i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial.....	53

Tabel. 4.17	Menaruh perhatian terhadap <i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial	54
Tabel. 4.18	Memahami <i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial	55
Tabel. 4.19	<i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial dapat diterima dengan Baik	56
Tabel 4.20	<i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial, Apakah Anda Manangapi Gambar Tersebut	57
Tabel 4.21	Menyukai (Memberi Like) setiap gambar <i>Meme</i> yang bertujuan untuk Membully seseorang di Media Sosial	58
Tabel 4.22	Melihat <i>Cyberbullying</i> Melalui Gambar <i>Meme</i> di media Sosial, apakah anda Sering Mengomentari Gambar Tersebut	58
Tabel 4.23	Membagikan (<i>Share</i>) Setiap Gambar <i>Meme</i> Yang Bertujuan Untuk Membully Seseorang di Media Sosial	59
Tabel 4.24	Ciberbullying melalui Gambar <i>Meme</i> di Media Sosial, apakah pesan gambar tersbut sudah teralisasiakan dnegan baik	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> (Tewasnya seorang mahasiswa di Makasar saat demonstrasi menolak kenaikan harga BBM.....	5
Gambar 1.2. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> menyindir Presiden Jokowi yang dinilai tutup mata dalam memilih calon Kapolri marak beredar di media sosial.....	6
Gambar 1.3. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> banjir yang melanda DKI Jakarta tahun 2015.....	6
Gambar 1.4. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> bencana kabut asap Riau tahun 2015	7
Gambar 1.5. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> Bambang Widjojanto, mantan Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) tidak jadi ditahan polisi	.7
Gambar 1.6. Bentuk cyberbullying gambar <i>meme</i> ketua DPR Setya Novanto menghebohkan publik saat pertemuannya dengan petinggi PT Freeport terungkap.	8
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, manusia tidak lagi dibatasi oleh jarak dan waktu di dalam berinteraksi satu sama lain. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yaitu adanya internet. Kelahirannya telah menghadirkan berbagai saluran komunikasi yang semakin memudahkan penggunaannya dan membawa pola kehidupan sehari-hari berubah. Sejak adanya teknologi internet, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet (Oetomo, 2007: 11).

Internet saat ini bukanlah hal baru, masyarakat dunia menggunakan internet untuk mempermudah segala kegiatan manusia dalam berkomunikasi. Perkembangan internet begitu pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya anak-anak, remaja, dewasa bahkan sampai pada kalangan orang tua yang menggunakan jaringan internet. Mereka menggunakan internet sebagai suatu media digital dalam berbagi informasi.

Internet memberikan akses untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan mudah, sehingga ikut mengubah pola komunikasi manusia. Pola komunikasi ini termasuk penggunaan *platform* media baru melalui internet sebagai media dalam mengakses jejaring sosial yang mengubah pola komunikasi masyarakat. Kemudian muncul kegiatan interaksi di dalam *cyberspace* dan masyarakat yang terlibat disebut netizen. *Cyberspace* merupakan ruang konseptual di mana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan

kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (Nasrullah, 2012: 21).

Bentuk *cyberculture* meliputi berbagai interaksi manusia melalui jaringan komputer atau CMC. CMC atau berkomunikasi dengan menggunakan komputer sebagai alat penghubung kelancaran komunikasi. Hal-hal tersebut mencakup segala aktivitas komunikasi termasuk budaya kritik di mana internet dan konvergensi media mampu mendukung keterbukaan aksi masyarakat melalui internet, di mana netizen dapat dengan bebas menyampaikan pandangan hanya melalui ujung jari mereka.

Menurut data terbaru dari *We Are Social*, pengguna internet aktif di seluruh dunia kini mencapai angka 3,17 miliar. Dari tahun ke tahun, jumlah pengguna internet bertumbuh hingga 7,6 persen. Pertumbuhan pengguna internet ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial dan *mobile*. Menurut laporan yang sama, pengguna media sosial aktif kini mencapai 2,2 miliar, sedangkan pengguna *mobile* mencapai 3,7 miliar. Menariknya, pertumbuhan yang paling signifikan ditunjukkan oleh pengguna yang mengakses media sosial melalui platform *mobile*. Pengguna jenis ini bertumbuh hingga 23,3 persen. Sementara itu, Facebook masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan angka mencapai hampir 1,5 miliar (<https://id.techinasia.com>, 2015).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis hasil riset terkait pengguna internet Indonesia selama kurun waktu 2014. Dijelaskan ada penetrasi pengguna internet sebesar 34,9 persen yang artinya pengguna internet mencapai 88,1 juta dari total jumlah penduduk Indonesia berdasarkan data BPS

tahun 2014 sebesar 252 juta jiwa. Menurut Samuel Abrijani ketua umum APJII “Tercatat ada 87,4 persen netizen mengakses internet untuk menggunakan jejaring sosial. Kemudian disusul oleh mencari info atau browsing dengan 68,7 persen, dan instan messanging 59,9 persen.” Dalam berselancar di dunia maya, banyak mengakses melalui telepon selular dengan angka sebesar 85 persen, diikuti laptop atau *netbook* 32 persen, PC atau komputer 14 persen, dan tablet 13 persen (<http://teknologi.news.viva.co.id>, 2015).

Media baru memberikan cara baru bagi kita untuk memperoleh informasi dan gagasan, cara baru untuk berinteraksi dengan teman dan orang asing, dan cara baru untuk mempelajari dunia, identitas kita dan masa depan. Maraknya penggunaan media baru di Indonesia tidak terlepas dari iklim demokrasi dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Beberapa tahun setelah Reformasi, kelas menengah Indonesia berperan besar dalam berbagai perubahan sosial. Bentuk tindakan kelas menengah tidak dilakukan dengan turun kejalan. Memanfaatkan TIK yang berkembang sangat masif, kelas menengah memindahkan gerakan sosial dari ruang publik ril ke dunia maya. Gerakan kelas menengah dibangun dari ruang-ruang kerja, berbentuk petisi *online*, vidio kreatif, status di media sosial, dan sebagainya (Dwiana, 2015).

Hal ini tentu menunjukkan keaktifan *netizen* di Indonesia dalam menggunakan internet, apalagi dalam fungsinya yang menjadi daya tarik media sosial, ketika apapun yang ditulis dapat dibaca, dikonsumsi, dan dikomentari. Beberapa media sosial tersebut antara lain adalah *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn*, *YouTube*, *Google+*, *Path*, dan lain sebagainya. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar,

video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya, yang kemudian dipublikasikan untuk dikonsumsi oleh khalayak. Sebagian pengguna media sosial juga sudah menjadikan media sosial sebagai suatu kebutuhan untuk menghindarkan diri dari tekanan dan ketegangan dalam kegiatan sehari-hari.

Tetapi disisi lain tidak sedikit kerugian dalam bentuk hal-hal negatif yang menyertai penggunaan media sosial ini. Salah satu dampak negatif yang timbul dengan munculnya fenomena *cyberbullying* di kalangan masyarakat. *Cyberbullying* adalah perilaku intimidasi yang dilakukan melalui teknologi informasi. *Cyberbullying* menggunakan media elektronik untuk mengejek, menghina, mengancam, melecehkan /mengintimidasi. *Cyberbullying* kemudian bisa diartikan sebagai pelecehan dan penghinaan yang dilakukan pelaku (*bully*) kepada korban dunia maya (Prawitasari, 2015).

Fenomena *cyberbullying* akhir-akhir ini *netizen* menggunakan dengan menyebarkan gambar *meme* yang sedang populer dimasyarakat saat ini. *Meme* dengan sangat cepat dapat menyebar melalui jaringan komunikasi dan secara tatap muka antar manusia. *Meme* adalah sebuah gambar, video, dan sebagainya yang disebarkan secara elektronik dari satu pengguna internet ke pengguna lainnya. Penyebaran meme sangat cepat dilakukan melalui media sosial (Dwiana, 2015)

Kata-kata *meme* sudah lazim kita dengar beberapa tahun belakangan ini, *meme* bisa dalam bentuk gambar maupun video, dan menyebar sangat cepat di internet, *meme* bisa punah atau pun terus berkembang biak, hanya *meme* populer lah yang akan terus bertahan. *Meme* juga bersifat bebas karena tidak memiliki hak paten, oleh sebab itu siapa saja dapat membuat *meme* dalam bentuk yang berbeda-beda secara terus menerus (Natasha, 2016).

Sifat menarik tersebut *meme* dengan sangat mudah menyebar di dunia virtual. Internet *meme* yang menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah produk dari perkembangan budaya *siber* yang bersifat visual, yaitu dalam bentuk gambar. Fenomena *meme* ikut berkembang bersama fenomena yang ada di masyarakat.. Beberapa *cyberbullying* yang menggunakan gambar *meme* banyak dipergunakan untuk mem-*bully*, atau sindiran untuk mengekspresikan amarah publik yang menjadi *trending* topik di media sosial pada tahun 2015 antara lain:



Sumber : <https://www.idjoel.com>

Gambar 1.1. Bentuk cyberbullying gambar *meme* (Tewasnya seorang mahasiswa di Makasar saat demonstrasi menolak kenaikan harga BBM, Berita 27 November 2014) vauzi.com. “Itu kan sebenarnya urusan di kepolisian,” kata Jokowi di Istana Bogor, Jawa Barat, Jumat (28/11/2014). Kalimat tersebut merupakan jawaban atas pertanyaan wartawan mengenai tewasnya seorang mahasiswa di Makasar saat demonstrasi menolak kenaikan harga BBM. Jawaban itulah yang menjadikan masyarakat geram.



Sumber : <http://www.merdeka.com>

Gambar 1.2. Bentuk cyberbullying gambar *meme* menyindir Presiden Jokowi yang dinilai tutup mata dalam memilih calon Kapolri marak beredar di media sosial. *Meme -meme* yang marak beredar di media sosial ini seakan menggambarkan kekecewaan netizen terhadap pemilihan Budi Gunawan yang terjerat kasus rekening gendut sebagai calon Kapolri.



Sumber : <http://citizen6.liputan6.com>

Gambar 1.3. Bentuk cyberbullying gambar *meme* banjir yang melanda DKI Jakarta tahun 2015



Sumber: <http://www.makemak.com>

Gambar 1.4. Bentuk cyberbullying gambar *meme* bencana kabut asap Riau tahun 2015



Gambar 1.5. Bentuk cyberbullying gambar *meme* Bambang Widjojanto, mantan Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) tidak jadi ditahan polisi. BW menjadi tersangka dalam kasus rekayasa kesaksian di persidangan.



Sumber : <http://www.sapujagat.com>

Gambar 1.6. Bentuk cyberbullying gambar meme ketua DPR Setya Novanto menghebohkan publik saat pertemuannya dengan petinggi PT Freeport terungkap. Diduga dalam pertemuan itu Novanto mencatut nama Presiden Jokowi untuk pengurusan perpanjangan kontrak PT Freeport.

Berdasarkan latar belakang di atas dan *cyberbullying* gambar *meme* yang dilakukan *netizen* menjadi *trending* topik di media sosial maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Persepsi mahasiswa terhadap tindakan *cyberbullying* pada gambar *meme* di media sosial (studi deskriptif tentang persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap tindakan *cyberbullying* pada gambar *meme* di media sosial).”

1.2. Identifikasi Masalah

1. Keaktifan *netizen* di Indonesia dalam menggunakan internet, apalagi dalam fungsinya yang menjadi daya tarik media sosial, ketika apapun yang ditulis dapat dibaca, dikonsumsi, dan dikomentari. Beberapa media sosial tersebut antara lain adalah *facebook*, *twitter*, *instagram*, *linkedin*, *youtube*, *google+*, *path*, dan lain sebagainya.

2. *Cyberbullying* adalah perilaku intimidasi yang harus dilakukan melalui teknologi informasi. *Cyberbullying* menggunakan media elektronik untuk mengejek, menghina, mengancam, melecehkan /mengintimidasi.
3. Sifat menarik tersebut *meme* dengan sangat mudah menyebar di dunia virtual. Internet *meme* yang menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah produk dari perkembangan budaya *siber* yang bersifat visual, yaitu dalam bentuk gambar.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus dan tidak lari dari kajian serta menghindari terjadinya kesalah pahaman, maka perlu dikemukakan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian *cyberbullying* yang menggunakan gambar *meme* banyak dipergunakan untuk mem-bully, atau sindiran untuk mengekspresikan amarah publik yang menjadi *trending* topik di media sosial pada tahun 2015.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Penelitian ini dilakukan hanya untuk mengetahui persepsi remaja mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

1.4. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap tindakan *cyberbullying* gambar *meme* di Media Sosial.

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah “untuk mengetahui persepsi remaja mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap *cyberbullying* pada gambar *meme* di Media Sosial”.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai diharapkan dapat memberi hasil yang bermanfaat untuk hal-hal yang berhubungan di bidang pendidikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai komunikasi.
3. Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area terhadap perkembangan *new media* sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uraian Teori

2.1.1. Persepsi

Kajian utama pada penelitian ini mengenai persepsi seseorang terhadap fenomena gambar *meme* yang mengandung *cyberbullying* yang akan mempengaruhi sikap individu terhadap suatu fenomena yang berkembang di tengah masyarakat. Kondisi atau suatu perilaku sekelompok orang tersosialisasi ke dalam suatu masyarakat yang memiliki dua alternatif. Apakah masyarakat menerima rangsangan tersebut atau tidak. Sikap seperti ini merupakan kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu, bila ia menghadapi rangsangan tersebut.

Persepsi menurut Taufik (2012: 10), adalah tingkah laku atau tindakan merupakan akibat suatu motif tertentu yang merupakan wujud dari persepsi dan sikap terhadap suatu objek yang sering kali dipergunakan untuk menunjukkan respon individu atau masyarakat. Robbins (2003: 88) mendeskripsikan persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberikan makna kepada lingkungan mereka.

Definisi persepsi juga diartikan oleh Sunaryo (2004: 140), adalah :

Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra, kemudian individu ada perhatian, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi. Dengan persepsi individu menyadari dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang hal yang ada dalam diri individu yang bersangkutan.

Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Persepsi juga dapat diartikan analisis mengenai cara mengintegrasikan penerapan kita terhadap hal-hal di sekeliling individu dengan kesan-kesan atau konsep yang sudah ada, dan selanjutnya mengenali benda tersebut. Dari definisi persepsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi yaitu sebagai proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberikan makna kepada lingkungan mereka.

Persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Bahkan, diperlukan bagi orang yang paling sedikit terpengaruh atau sadar akan adanya rangsangan menerima dan dengan suatu cara menahan dampak dari rangsangan. Persepsi, pengenalan, penalaran, dan perasaan kadang-kadang disebut variabel psikologis yang muncul di antara rangsangan dan tanggapan.

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Oleh karena itu untuk mengubah tingkah laku seseorang, harus dimulai dari mengubah persepsinya. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut (Sobur, 2003):

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Bagi hampir semua orang, sangatlah mudah untuk melakukan perbuatan melihat, mendengar, membau, merasakan, dan menyentuh, yakni proses-proses yang sudah semestinya ada. Namun, informasi yang datang dari organ-organ indera, perlu terlebih dahulu diorganisasikan dan diinterpretasikan sebelum dapat dimengerti; dan proses ini dinamakan persepsi. Tidak semua informasi yang masuk ke organ indera dirasakan secara sadar (Sobur, 2003).

Rakhmat (2005: 55) mengemukakan bahwa persepsi juga ditentukan oleh faktor fungsional dan struktural. Beberapa faktor fungsional atau faktor yang bersifat personal antara kebutuhan individu, pengalaman, usia, masa lalu, keperibadian, jenis kelamin, dan lain-lain yang bersifat subyektif. Faktor struktural atau faktor dari luar individu antara lain: lingkungan keluarga, hukum yang berlaku, dan nilai-nilai dalam masyarakat.

Robbins (2001:89) mengemukakan bahwasannya ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat yaitu :

1. Pelaku persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsirannya itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individu itu.
2. Target atau objek, karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang di persepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.
3. Situasi dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab.

2.1.2. Tinjauan Tentang Teori S-O-R

Teori yang dianggap relevan untuk digunakan pada penelitian ini adalah Teori S-O-R (*S-O-R Theory*) dari Hovland. Teori ini sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* ini semula berasal dari ilmu psikologi. Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap

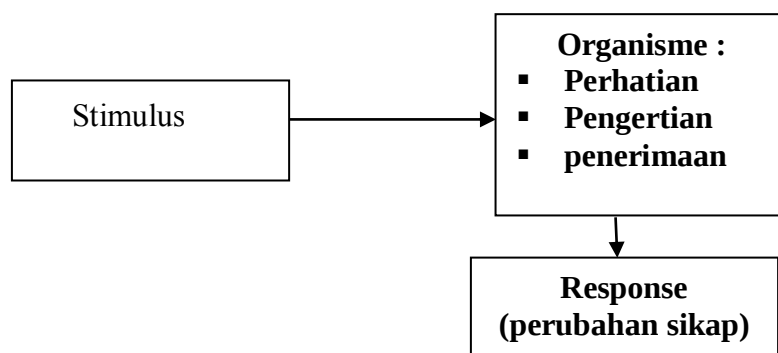
stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah :

- a. Pesan (*stimulus*, S)
- b. Komunikan (*Organism*, O)
- c. Efek (*Response*, R)

Menurut Mulyana, (2009: 144) teori S-O-R memiliki nama lain, yaitu Model S-R. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal – balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya.

Ketiga variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
TEORI S-O-R



(Sumber : Mulyana, 2009 : 143)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Menurut teori S-

O-R yang dikemukakan oleh Hovland, dkk dalam Sumartono (2002:44). Proses dari perubahan sikap adalah :

Serupa dengan proses belajar, dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel yang menunjang proses belajar yaitu: Perhatian, pengertian, dan penerimaan yang termasuk ke dalam organisme khalayak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap khususnya minat bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran belajar dan tambahan pengetahuan.

Menurut Effendy (2009: 318) efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Teori S-O-R menitik beratkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

Dalam proses komunikasi, yang dapat menjadi stimulus untuk merangsang komunikan antara lain adalah pesan yang diberikan oleh komunikator. Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikan. Agar pesan komunikasi dapat dimengerti komunikan maka harus ditunjang oleh komunikasi yang efektif pula.

Wilbur Schramm menampilkan apa yang disebut “*the condition of success in communication*” yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Menurut Effendy, (2007: 41) kondisi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

Merujuk dari uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan harus dikemas selengkap mungkin untuk disampaikan kepada komunikan. Salah satunya dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan yang ada pada komunikator.

Komunikan adalah yang menerima pesan dari komunikator (Effendy, 2007: 19). Ditinjau dari komponen komunikan, seorang dapat menerima sebuah pesan hanya kalau terdapat empat kondisi tersebut :

- a. Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi
- b. Pada saat mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya.
- c. Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu bersangkutan.

2.1.3. *New Media*

Kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti "tengah", "perantara", atau "pengantar" dan merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi. Manfaat media adalah memudahkan seseorang untuk memperoleh sesuatu yang dicari yang biasanya kita cari langsung dari tempatnya kini sudah tidak begitu lagi, kita bisa memesan barang melalui fasilitas internet ataupun menghubungi *customer service* (Sadiman, 2002: 6).

Menurut Syaibani (2011: 2), media baru adalah sebuah yang masuk ke dalam ranah studi komunikasi, khususnya sebagai medium dari komunikasi massa. *New media* merupakan studi tentang sebuah medium komunikasi yang secara luas terintegrasi ke dalam sebuah jaringan atau internet atau media elektronik. Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya *new media* tidak hanya terbatas kepada Internet namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*.

Seperti dikatakan oleh Flew (dalam Situmorang, 2013: 73),

"The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of New Media." Internet memang sangat fenomenal karena pada era telepon kabel dahulu tidak terbayangkan pada masa depan kabel-kabel telepon tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara.

New media sebuah istilah yang muncul di akhir abad ke-20 untuk menandai bergabungnya media tradisional seperti film, foto, musik, rekaman dan tulisan, dengan kekuatan komputerisasi dan teknologi komunikasi, peralatan konsumen berbasis komputer dan yang paling penting, internet. Media baru memungkinkan akses tanpa batas, kapan saja, di mana saja dan dengan perangkat digital apapun. Perangkat yang mendukung untuk menyediakan fasilitas umpan balik secara langsung, berbagai partisipasi kreatif, dan terbentuknya berbagai komunitas yang mengiringi konten-konten media.

Menurut Napitupulu (2011: 196) *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Definisi lain *new media* menurut Lievrouw dalam Mondry (2008: 13) adalah :

Media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media didalamnya, di mana beberapa media dijadikan satu. *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik .

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.

Maka dapat disimpulkan bahwa media baru diindikasikan dengan adanya digitalisasi dari semua aspek media sehingga tidak terkendala oleh lokasi dan

waktu. Peran utama dalam perubahan-perubahan yang terjadi melalui media baru ialah adanya peran teknologi elektronik terutama internet dalam persebaran pesan-pesan di dunia maya.

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut *Web 2.0*. (*Web two point-oh*), di mana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet.

Perkembangan *Web 2.0* sebagai *platform* telah mengubah sifat interaktivitas di *Web* dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman *Web 1.0* hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi *Web 2.0* memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan situs jaringan sosial *online* lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran.

Pentingnya *Web 2.0* adalah media siaran menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional. Ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Menurut Littlejohn (2009: 686) faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siaran sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru. Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan ke depannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan

(Ruben, 1998: 110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri.

Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Menurut Kurnia (2005: 135-136) internet adalah :

Sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas storage dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium.

New media (media baru/media *online*) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan *ter-update* informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet di mana pun berada bersama media baru (media *online*).

Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur

pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Internet merupakan media komunikasi modern yang kini mewabah dan digemari masyarakat. Hal ini dikarenakan sifat internet yang mudah diakses dan dianggap sebagai jendela dunia baru. Lewat media baru ini kini manusia sebagai pelaku komunikasi dapat lebih mudah berinteraksi dan menemukan berbagai jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Bagdakian, (2004: 114) internet tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bisa memfasilitasi taransmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia

Maka dapat disimpulkan bahwa media baru diindikasikan dengan adanya digitalisasi dari semua aspek media yang tidak terkendala oleh lokasi dan waktu. Peran utama dalam perubahan-perubahan yang terjadi melalui media baru ialah adanya peran teknologi elektronik terutama internet dalam persebaran pesan-pesan di dunia maya.

New media merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Karakternya yang merupakan bentuk digital tentu memudahkan dalam bertukar informasi dan berbagai kegiatan lainnya. Namun dalam perkembangannya, *new media* bisa memberikan nilai negatif juga, yaitu dapat mengakses situs yang berbau porno dan kekerasan dengan mudah dan memberikan efek ketagihan bagi penggunanya. Jadi sudah seharusnya perkembangan *new media* diikuti juga dengan kebijakan orang yang memanfaatkannya.

2.1.4. Media Sosial

Perubahan teknologi dalam dunia internet telah membuka ruang komunikasi yang lebih interaktif yang semula komunikasi satu arah menjadi komunikasi berbagai arah. Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kehadiran internet sebagai dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang sedang terjadi. Media sosial terdiri dari kata media dan sosial.

Secara sederhana, istilah media sosial bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi itu sendiri memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ dan medium (Nasrullah, 2015: 3).

Dari berbagai definisi di atas atau pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah medium di Internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian Funchs dalam Nasrullah (2015: 11):

1. Menurut Mandiberg, media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
2. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Menurut Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content (UGC)* di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk media sosial adalah *platform* media yang yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Menurut Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared-one to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan

bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Antony Mayfield dari *iCrossing*, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Sosial media memungkinkan pertukaran informasi yang cepat serta masif. Ruang baru yang coba ditawarkan adalah mendorong politik menggunakan sosial media. Kehadiran media sosial setidaknya memudahkan nalar kita akan arti sesuai kebebasan berpendapat, menguatkan akan arti penting pilihan sesuai kebutuhan, dalam hal ini itulah yang menjelaskan perbedaan substansial sosial media dengan media mainstream.

Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*. Menurut Zarrella, (2010: 2) teknologi-teknologi *Web* baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, *tweet*, atau video di *youtube* dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang .

Menurut Karjaluoto (2008: 2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial:

Menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telpon lewat handphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Andreas, dkk (dalam Zarella, 2010: 15), mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". Istilah "*Web 2.0*" digunakan secara khusus untuk menjelaskan teknologi semacam *wikis*, *weblogs*, dan media internet lainnya. *Web 2.0* penting untuk media sosial karena mampu mempercepat pertumbuhan dari media sosial.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Karjaluoto 2008:

4) media sosial terdiri dari beberapa jenis antara lain :

1. Proyek kolaborasi

Jenis *website* yang mengijinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten – konten yang ada di *website* tersebut.

Website tersebut antara lain:

- a. *Wiki*

Wiki adalah situs yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks.

b. Aplikasi *bookmark* sosial

Aplikasi *bookmark* sosial, di mana memungkinkan adanya pengumpulan berbasis kelompok dan *rating* dari *link* internet atau konten media.

2. *Blog*

Pengguna blog lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blognya, seperti menceritakan pengalaman pribadi ataupun mengkritik kebijakan pemerintah.

3. Konten

Para pengguna dari *website* jenis ini saling berbagi konten – konten media, baik seperti video, *e-book*, gambar, dan lain – lain.

4. Jejaring sosial / *microblog*

Aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto – foto, video, *moment*, lokasi, dan lain-lain.

5. *Virtual game world*

Dunia virtual, di mana mengreplikasikan lingkungan 3D, di mana pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar–avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata.

6. *Virtual social world*

Dunia virtual yang di mana penggunaanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual social world* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan.

Selanjutnya menurut Magdalena (2010: 29), media sosial memiliki keistimewaan yang tidak terdapat pada media lainnya, antara lain:

- a. Audiens juga bisa menyampaikan informasi,
- b. Audiens dapat saling berinteraksi satu sama lain,
- c. Audiens bisa langsung berkomunikasi dengan sumber.

Qmee, sebuah lembaga riset yang didirikan pada 2012 oleh Nick Sutton dan Jonathan Knight, pada 2014 memublikasikan infografik tentang apa yang terjadi dalam 60 detik di media sosial. Data ini menunjukkan bahwa ada sekitar 67 ribu foto yang diunggah di akun *Instagram*, 433 ribu teks (*tweet*) yang di publikasikan di Twitter, dan 293 ribu status yang diperbarui (*update*) di *facebook*. Jumlah tersebut hanya dalam hitung 60 detik atau satu menit dalam semua itu tersimpan dalam arsip digital serta bisa diakses oleh siapapun (Nasrullah, 2015: 24).

2.1.5. Cyberbullying

Perkembangan internet ini juga dimanfaatkan oleh beberapa orang-orang yang tidak bertanggung jawab seperti maraknya penipuan yang dilakukan di berbagai media sosial atau media *online* lainnya, berbagai bentuk kejahatan dan bentuk kriminalitas lainnya yang muncul. Seperti penipuan berkedok *online shop*, pemberitaan yang tidak benar, kabar burung atau yang sering kita dengar dengan *Hoax*, akun yang khusus dibuat oleh oknum untuk menjelek-jelekkan seseorang yang biasanya sering kita dapati merupakan *publik figure*, seperti selebriti atau bahkan politisi, *hacker* atau pengentas situs dan yang akan menjadi fokus dalam penulisan ini adalah *cyberbullying*.

Sebelum membahas istilah *cyberbullying* disini akan sedikit menjelaskan terlebih dahulu kekerasan dalam bentuk nyatanya, *bullying (English)* jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti intimidasi, pelecehan, ancaman

yang dilangsungkan baik secara verbal maupun fisik. *Bullying* dapat didefinisikan sebagai aktivitas berulang (*the activity of repeated*), perilaku agresif (*aggressive behavior*) dimaksudkan untuk menyakiti (*to hurt*) orang lain, secara fisik maupun mental (*physically or mentally*) (Prawitasari, 2015: 17).

Cyberbullying kemudian bisa diartikan sebagai pelecehan dan penghinaan yang dilakukan pelaku (*bully*) kepada korban dunia maya (internet). Ketika *bullying* dilakukan secara online maka kita tambahkan “*cyber*” didepan kata *bullying*. Mediana bisa berupa sms, e-mail, status *Facebook*, *Twitter*, *chat room* dan sebagainya yang kini ada dan banyak berkembang di media online, baik yang melalui komputer ataupun ponsel, dan *cyberbullying* berlaku ketika pelaku menyerang secara eksplisit pada si korban.

Menurut Agatson, dkk, (2007:89) *cyberbullying* adalah:

Perilaku negatif di mana para pelaku berusaha untuk mengganggu korban melalui kecanggihan teknologi informasi yang sudah sangat berkembang dengan pesat. *Cyberbullying* bisa diartikan sebagai pencemaran nama baik dalam bentuk teks atau gambar (termasuk foto dan video) melalui internet, ponsel atau media elektronik lain. Bentuk *cyberbullying* adalah pemakaian data pribadi korban (nama asli, alamat) untuk mempublikasikan gossip tak sedap atau memalukan, yang merusak nama baik si korban pada halaman atau forum online. Semakin maraknya pengguna sosial media seperti facebook, twitter, path dan lain sebagainya membuat banyak orang membuka informasinya. Informasi-informasi inilah yang mana bilamana jatuh ke tangan orang yang salah bisa disalahgunakan.

Ditinjau dari teori konflik yang dikemukakan oleh Dahrendorf dalam (Pandori, 2013 :4), tindakan *cyberbullying* merupakan tindakan yang terjadi karena adanya keinginan dari pelaku untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat disekitarnya karena telah berhasil menaklukkan individu yang menjadi korban dari tindakan intimidasi yang dilakukan dengan kekuatan yang dimilikinya. Kekuatan yang dimaksud bisa saja kelebihan mereka atau si pelaku

dibanding korban dari peran yang dimiliki dalam suatu lingkungan, sisi kepemilikan materi, keberadaan *peer group* yang memberikan dukungan, atau pencapaian prestasi yang dianggap lebih baik dalam suatu bidang oleh sang pelaku.

Australian Federal Police (AFP) mengidentifikasikan setidaknya terdapat tujuh bentuk *cyberbullying*, yaitu (<http://www.afp.gov.au>, 215):

1. *Flaming* (perselisihan yang menyebar), yaitu ketika suatu perselisihan yang awalnya terjadi antara dua orang atau lebih (dalam skala kecil) dan kemudian menyebarluas sehingga melibatkan banyak orang (dalam skala besar) sehingga menjadi suatu kegaduhan dan permasalahan besar.
2. *Harassment* (pelecehan), yaitu upaya seseorang untuk melecehkan orang lain dengan mengirim berbagai bentuk pesan baik tulisan maupun gambar yang bersifat menyakiti, menghina, memalukan, dan mengancam.
3. *Denigration* (fitnah), yaitu upaya seseorang menyebarkan kabar bohong yang bertujuan merusak reputasi orang lain
4. *Impersonation* (meniru), yaitu upaya seseorang berpura-pura menjadi orang lain dan mengupayakan pihak ketiga menceritakan hal-hal yang bersifat rahasia.
5. *Outing and trickery* (penipuan), yaitu upaya seseorang yang berpura-pura menjadi orang lain dan menyebarkan kabar bohong atau rahasia orang lain tersebut atau pihak ketiga.
6. *Exclusion* (pengucilan), yaitu upaya yang bersifat mengucilkan atau mengecualikan seseorang untuk bergabung dalam suatu kelompok atau komunitas atas alasan yang diskriminatif.
7. *Cyber-stalking* (penguntitan di dunia maya), yaitu upaya seseorang menguntit atau mengikuti orang lain dalam dunia maya dan menimbulkan gangguan bagi orang lain tersebut. *Cyberbullying* yang berkepanjangan bisa mematikan rasa percaya diri anak, membuat anak menjadi murung, khawatir, selalu merasa bersalah atau gagal karena tidak mampu mengatasi sendiri gangguan yang menyimpannya. Bahkan ada pula korban *cyber bullying* yang berpikir untuk

mengakhiri hidupnya karena tak tahan lagi diganggu! Remaja korban *cyberbullying* mengalami stress yang bisa memicunya melakukan tindakan-tindakan rawan masalah seperti mencontek, membolos, lari dari rumah, dan bahkan minum minuman keras atau menggunakan narkoba.

Menurut survei global yang diadakan oleh Latitude News, Indonesia merupakan negara dengan kasus *bullying* tertinggi kedua di dunia setelah Jepang. Kasus *bullying* di Indonesia ternyata mengalahkan kasus *bullying* di Amerika Serikat yang menempati posisi ketiga. Ironisnya, kasus *bullying* di Indonesia lebih banyak dilakukan di jejaring sosial (<http://www.latitudenews.com>, 2015).

2.1.6. Gambar Meme

Menurut Dawkins dalam Renata, (2014: 15) istilah *meme* (dibaca “mim”). *Meme* adalah suatu konsep atau ide yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari berbentuk gambar, hiperlink, video, slogan, frasa, atau hastag yang menyebar dari orang ke orang melalui internet. Menurut Jenkins dalam (Situmorang 2013: 7), *meme* adalah informasi budaya yang menyebar dari orang ke orang dan ditransformasikan dalam sebuah media. Sedangkan menurut Shukla dalam Renata (2014: 84), *meme* adalah sebuah ide perilaku, atau gaya hidup yang ditransformasikan orang ke orang dalam sebuah budaya. Tanpa adanya media internet yang dapat menyebarkan video, gambar, frasa, dan sebagainya, *meme* tidak dapat berkembang sebagai jenis komunikasi *online*.

Meme adalah sebuah ide, perilaku, atau gaya yang menyebar dari orang ke orang dalam budaya. Sebuah *meme* bertindak sebagai unit untuk membawa budaya ide, simbol, atau praktik-praktik yang dapat ditularkan dari satu pikiran ke yang lain melalui tulisan, ucapan, gerak tubuh, ritual, atau fenomena *imitable*

lainnya dengan tema yang ditiru. Kata *meme* berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *mimeme* (meniru gen), *mimeisthai* (hal yang ditiru) dan *mimos* (meniru).

Davison (2012 dalam Nasrullah, 2015: 126) menegaskan bahwa *meme* merupakan bagian dari budaya, kadang sebuah lelucon yang muncul di internet dan ditransmisikan secara *online*. Patut diperhatikan bahwa *meme* tidak hanya sekedar lelucon, tetapi cerminan dari realitas *offline* hanya disajikan dengan visual yang menarik. Namun *meme* yang ada di dunia maya mempunyai keunikan karena penyebarannya melalui media maya yang mempunyai keunggulan dalam hal cakupan jarak dan kecepatan waktu. Bennahum dalam jurnal "*First Monday, Volume 4, Number 10-4 October 1999*" yang ditulis oleh Stephen Downes, mendefinisikan *meme* jaringan maya sebagai berikut; "*Contagious idea that replicates like a virus, passed on from mind to mind. Meme s function the same way genes and viruses do, propagating through communication networks and face-to-face contact between people*" – „Ide yang mudah sekali menular dan menyebar seperti virus, disebarkan dari satu orang ke orang lain.

Meme berfungsi layaknya gen dan virus, yakni menyebar melalui jaringan komunikasi dan secara tatap muka antar manusia". Seperti definisi tersebut, mimikri dalam *meme* terlihat dari kecenderungan orang untuk menyebarkan ide yang terdapat *meme* atau membuat sesuatu yang serupa. Ide yang terdapat dalam sebuah *meme* dapat berupa kegiatan, kejadian, atau tuturan yang menarik. Sifat menarik inilah yang membuat ide tersebut mudah tersebar secara viral di dunia maya dan menjadi internet *meme*.

Meme merupakan kata yang dipopulerkan oleh Dawkins (Haryanto 2016: 146) yang digunakannya untuk menceritakan bagaimana prinsip darwinian untuk

menjelaskan penyebaran ide ataupun fenomena budaya. Richard Brodie mengembangkan teori ini dalam penelitiannya *Virus of The Mind: The New Science of the Meme* (1996) yang menyebutkan bahwa *meme* adalah suatu unit informasi yang tersimpan di benak seseorang, yang mempengaruhi kejadian di lingkungannya sedemikian rupa sehingga makin tertular luas di benak orang lain.

Pengertian-pengertian tersebut dapat membawa kita pada kesimpulan bahwa *meme* merupakan suatu informasi yang berupa ide, ideologi, gambar, musik, video maupun susunan kata serta *hashtag* yang menjadi populer karena tersebar begitu cepat dan mampu mendiami benak masyarakat selayaknya virus. Meskipun pengertian Dawkins berkisar antara analogi gen, *meme* di internet memiliki karakteristik yang sangat mirip.

Bentuk wacana *meme* dapat berupa video, gambar, maupun teks bergambar. *Meme* yang berbentuk teks bergambar biasanya terdiri dari fotomakro yang mempunyai teks berukuran besar yang bertemakan hal yang sama. Orang dapat membuat *meme* berupa teks bergambar menggunakan aplikasi pembuat *meme* yang dikenal sebagai generator *meme* yang terdapat di banyak situs di dunia maya. Siapa saja dapat membuat *meme* menggunakan foto yang sudah ada dan tentunya mengikuti aturan yang berlaku untuk *meme* tersebut.

Menurut Shukla (dalam renata 2014: 186), terdapat sejumlah kriteria untuk menciptakan daya tarik dari *meme* , yaitu:

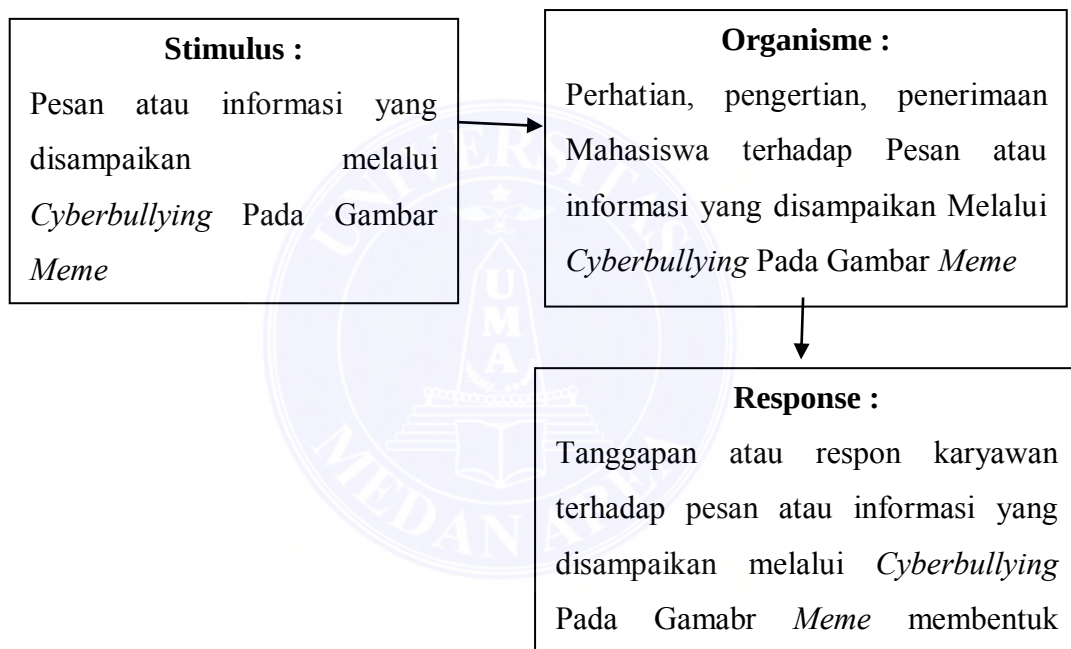
- a. Ketelitian (*high copying fidelity*)
- b. Keberhasilan mencapai sasaram (*increased reach*)
- c. Memiliki daya tarik (*prolific audience*)
- d. Permanen (*permanence*)

- e. Meyakinkan (*trust*)
- f. Menjadi bahan pembicaraan (*conversation*)

2.2. Kerangka Pemikiran

Untuk menganalisis permasalahan peneliti maka teori yang peneliti anggap paling sesuai dengan penelitian ini adalah teori komunikasi massa dan, teori S-O-R (*Stimulus- Organism- Response*).

Aplikasi Teori S-O-R



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Metode deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu secara factual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan (Sugiyono, 2004: 27).

3.1.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini deskriptif kuantitatif, deskriptif ialah pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian seseorang, lembaga masyarakat, dan lain-lain pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 2001: 63).

Ciri-ciri pokok metode deskriptif menurut Nawawi (2001:63) adalah :

- a. Memutuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada penelitian, dilakukan saat sekarang atau ada masalah-masalah yang bersifat actual.
- b. Menggunakan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional.

3.1.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang Beralamat Jl. Kolam No. 1 yang

merupakan Kampus I dan Jl, Sei Serayu No. 70 A/ Jl. Setia Budi No. 79 B yang Merupakan Kampus II Universitas Medan Area.

3.1.4. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dari Februari 2016, sampai dengan Juni 2016.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik di dalam suatu penelitian (Nawawi, 2001: 141).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Stambuk 2014 dan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Berikut data jumlah Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Tahun 2014 dan 2015 memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 158 mahasiswa.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sekelompok orang yang menjadi bagian populasi sehingga menjadi karakteristik populasi (Nawawi, 2001: 142). Berdasarkan data populasi yang ada, angka untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus *Slovin* dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

n = Besarnya Sampel

N = Besarnya Populasi

d² = Presisi

Dari rumus slovin tersebut, maka besarnya sampel yang diambil pada penelitian :

$$n = \frac{158}{158,01^2 + 1}$$

$$n = \frac{158}{1,58 + 1}$$

$$n = \frac{158}{2,58}$$

$$n = 61,24$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 61 orang. Dari hasil hitung di atas dapat diketahui jumlah sampel yang akan diteliti.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui instrument penelitian berbentuk kuesioner yaitu suatu alat pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi guna mendapatkan informasi dalam rangka memperoleh data yang diperlukan.
- b. Data skunder yaitu data yang tidak diperoleh langsung dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data data sekunder dilakukan melalui penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan mempelajari sejumlah buku, tulisan serta karangan ilmiah yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel tak bebas atau merupakan salah satu penyebab (J.Supranto, 2003: 322).

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Oleh karena itu untuk mengubah tingkah laku seseorang, harus dimulai dari mengubah persepsinya. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut (Sobur, 2003):

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

3.6. Analisis Data

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan dihitung frekwensi dan presentasinya kemudian disajikan dalam bentuk tabel tunggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagdakian, B.H., 2004. *The New Media Monopoly*. Beacon Press, Bosto
- Effendi, Onong Uchjana. 2009. *Teori dan Praktik Ilmu Komuniaksi*. Bandung: Resdakaya
- Jalaludin Rakhmat. 2005. *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kurnia, Septiawan Santana. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset*. Jakarta: Kencana.
- Little john, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9. Jakarta. Salemba Humanika
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2007. *E-Education : Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Yogyakarta : Andi
- Patchin, J.W & Hinduja, S. 2006. *Cyberbullying Factsheet: Identification, Prevention, and Response*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rulli Nasrullah. 2012. *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Kencana” Prenada Media Group
- , 2015. *Media Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rivers, Peterson, Jensen, 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern (Terjemahan)*. Prenada Media. Jakarta
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. New Jersey: Pearson
- Syaibani, Yunus Ahmad. 2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Lindu Pustaka

- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Taufik. 2012. *Empati Pendekatan Psikologi Sosial*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Yunus Ahmad Syaibani. 2011. “New Media: *Teori dan Perkembangannya*”, dalam “New Media: *Teori dan Aplikasi*”. Surakarta: Lindu Pustaka
- Zarrella, Dan, 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta : Jakarta

Jurnal:

- Abdul Djalil. 2015. *Cyberbullying*. <http://abduljalil.Web.ugm.ac.id>. Diakses pada 20 Februari 2016
- Agatston, Patricia, Kowalski, Robin, dan Limber, Susan. 2007. *Students' Perspectives on Cyber Bullying*. *Journal of Adolescent Health* 41 S59–S60
- Azizah Laurensia A. 2015. *New Media Sebagai Sarana Komunikasi dan Perkembangan Sastra (Studi Kasus Deskriptif Situs Jejaring Sosial Fiksi Mini)*. Ilmu Komunikasi UGM. <http://etd.repository.ugm.ac.id>. Diakses pada 28 Februari 2016
- Cindy Natasya, Yasir. 2016. *Representasi Meme Jomblo Dalam Situs Jejaring Sosial Twitter (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bina Widya. *KOM FISIP Vol 3 No. 2*. jom.unri.ac.id. Diakses pada 28 Februari 2016
- Dwiana R. 2015. Peran Media Baru dalam Perubahan Relasi Kekuasaan. *Jurnal Pekomnas, Vol. 18 No. 3, desember 2015:191-202*.
- Pandori, J.K., 2013. *Adolescents Perceptions Of Victims And Perpetrators Of Cyberbullying, The School of Graduate and Postdoctoral Studies The University of Western Ontario*. <http://ir.lib.uwo.ca>. Diakses pada 28 Februari 2016
- Prawitasari Milla. 2015. *Dampak Isi Cyberbullying Bagi Perubahan Perilaku Sosial Korban*. Skripsi. Universitas Gajah Mada. <http://etd.repository.ugm.ac.id>. Diakses pada Diakses pada 28 Februari 2016
- Miyuma Renata. 2014. *Menggunakan Meme dalam Word of Mouth (WOM) Untuk meningkatkan Brands Awareness*. *journal.trunojoyo.ac.id*. Diakses pada 27 Februari 2016

Rosa Redia Pusanti, Haryanto. *Representasi Kritik Dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial "Path" sebagai Media Kritik di Era Siber)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. <http://www.jurnalkommas.com>. Diakses pada 26 Februari 2016

Situmorang. R. James. 2013. *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2012), Vol.8, No.1: hal. 73–87, (ISSN:0216–1249).

Internet:

<https://www.idjoel.com/foto-meme-netizen-sindir-jokowi-bukan-urusan-saya-cocok-untuk-dp-bb>. Diakses pada 15 Februari 2016

<http://www.merdeka.com/foto/peristiwa/485905/20150116125552-meme-lucunyelekit-sindir-pencalonan-komjen-budi-se>. Diakses pada 15 Februari 2016

<http://citizen6.liputan6.com/read/2174167/warga-bekasi-ejek-banjir-jakarta-via-meme>. Diakses pada 16 Februari 2016

<http://www.makemak.com/1146/gambar-meme-dp-bbm-kabut-asap-animasi-lucu.html>. Diakses pada 15 Februari 2016

<http://www.rmol.co/read/2015/04/24/200301/Meme-Ahli-Rekayasa>. Diakses pada 15 Februari 2016

<http://www.sapujagat.com/read/2015/11/17/kasus-catut-jokowi-soal-freeport-begini-klarifikasi-setya-novanto-yang-keluar-tetes-an-air-mata-22602>
Diakses pada 15 Februari 2016

<https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosialterbaru-di-indonesia> Diakses pada 15 Februari 2016

<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/606550-riset--masyarakat-indonesia-rajin-gunakan-jejaring-sosial> 15 Februari 2016

<http://www.afp.gov.au/~media/afp/pdf/c/cyber-bullying-no-crops.pdf>,
diakses pada 22 April 2015

<http://www.latitudenews.com/story/what-country-has-the-most-bullies-2/>, diakses pada 22 April 2015

<https://selasrimulyani.wordpress.com/2015/10/04/tugas-softskill-tema-new-media-dan-internet/> Diakses pada 10 Maret 2016

No. Responden :

KUESIONER
PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TINDAKAN *CYBERBULLYING*
PADA GAMBAR *MEME*
DI MEDIA SOSIAL

Yth Saudara/i

Bersama dengan ini saya sebarakan kuesioner untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang sedang saya lakukan dengan judul:” **Persepsi Mahasiswa Terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada gambar *Meme* di Media Sosial** (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Terhadap Tindakan *Cyberbullying* pada Gambar *Meme* di Media Sosial).

Saya mohon kesediaan saudar/i yang terhormat agar kiranya sudi membantu mengisi kuesioner yang telah saya susun ini. Saudara/i diharapkan membaca dengan cermat dan teliti setiap pernyataan sebelum mengisinya. Atas segala perhatian dan bantuanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Putra Anugrah Pramana

Bagian I :
Identitas Pribadi

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Agama :

Bagian II *Cyberbullying* Pada Gambar *Meme*

Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi angket ini sesuai dengan pendapat Saudara/i dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu kolom yang tersedia di samping butir pernyataan dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Gambar <i>meme</i> mengenai pesan yang berisi ancaman dan hinaan.					

2	Gambar <i>meme</i> mengenai penyebaran gosip di media sosial					
3	Gambar <i>meme</i> mengenai pengunduhan gambar memalukan (pelecehan) di media sosial					
4	Gambar <i>meme</i> mengenai fitnah di media sosial					
5	Gambar <i>meme</i> mengenai pembeberan informasi tanpa izin di media sosial					
6	Gambar <i>meme</i> mengenai pencurian identitas/pembuatan account palsu di media sosial					
7	Gambar <i>meme</i> mengenai update status yang merusak nama baik					
8	Gambar <i>meme</i> mengenai aktivitas komentar yang merusak nama baik					
9	Gambar <i>meme</i> mengenai pengiriman pesan yang merusak nama baik					
10	Gambar <i>meme</i> mengenai pembuat pernyataan yang berisi kebencian di media sosial					
11	Gambar <i>meme</i> mengenai kampanye agar target dibenci dan <i>di-bully</i>					

III. Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMA Terhadap Tindakan *Cyberbullying* Pada Gambar *Meme*

A. Seleksi

- Apakah anda tertarik terhadap *cyberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial?
 - Sangat Tertarik
 - Tertarik
 - Kurang Tertarik
 - Tidak Tertarik

Alasannya :

.....

.....
- Apakah anda menaruh perhatian terhadap *cyberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial?
 - Sangat Perhatian
 - Perhatian
 - Kurang Perhatian

- d. Tidak Perhatian

Alasannya :
.....
.....
.....

B. Interpretasi

3. Apakah anda memahami *cyberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial?

- a. Sangat Memahami
b. Memahami
c. Kurang Memahami
d. Tidak Memahami

Alasannya :
.....
.....
.....

4. Apakah *Cyberbullying* Melalui Gambar *Meme* di Media Sosial dapat diterima dengan baik?

- a. Sangat Baik
b. Baik
c. Kurang Baik
d. Tidak Baik

Alasannya :
.....
.....
.....

C. Reaksi

5. Setelah melihat *cyberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial, apakah anda menanggapi gambar tersebut?

- a. Sangat Menanggapi
b. Menanggapi
c. Kurang Menanggapi
d. Tidak Menanggapi

Alasannya :
.....
.....
.....

6. Apakah anda menyukai (memberi *like*) setiap gambar *meme* yang bertujuan untuk membully seseorang di media sosial?

- a. sangat menyukai
b. Menyukai
c. Kurang Menyukai
d. Tidak Menyukai

Alasannya :

.....
.....
.....

7. Setelah melihat *cyberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial, apakah anda sering mengomentari gambar tersebut?

- a. Sangat Sering
- b. Sering
- c. Kurang Sering
- d. Tdak Pernah

Alasanya :
.....
.....
.....

8. Apakah anda sering membagikan (*share*) setiap gambar *meme* yang bertujuan untuk membully seseorang di media sosial?

- a. sangat sering
- b. Sering
- c. Kurang Sering
- d. Tdak Pernah

Alasanya :
.....
.....
.....

9. Dalam *ciberbullying* melalui gambar *meme* di media sosial, apakah pesan gambar tersbut sudah teralisasiakan dnegan baik?

- a. sangat baik
- b. Baik
- c. Kurang Baik
- d. Tidak Baik

Alasanya :
.....
.....
.....

*Sekian Terima Kasih *

Dokumentasi Penelitian Penyebaran Kuesioner



