

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Deddy Mulyana mengatakan bahwa komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *communication* berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti sama, *communication*, *communico*, atau *communicare* yang memiliki arti membuat sama (Mulyana, 2007). Berdasarkan beberapa istilah tersebut, kata komunikasi dapat diartikan sebagai suatu ide, makna, dan suatu pesan yang diyakini secara bersama. Menurut para ahli, komunikasi sendiri memiliki banyak sekali pengertian. Gerald R. Miller menjelaskan jika proses komunikasi terjadi ketika sumber mengkomunikasikan suatu informasi kepada penerima untuk mempengaruhi perilaku penerima dengan tujuan yang disadari (Mulyana, 2007). Definisi menurut Everett M. Rogers hampir selaras dengan penjelasan Miller yang mengatakan jika komunikasi ada proses di mana suatu gagasan dipindahkan dari suatu sumber ke penerima pesan guna mengubah perilaku orang tersebut (Mulyana, 2007). Sementara itu, Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mendefinisikan komunikasi sebagai proses pemindahan informasi, ide, perasaan, keahlian, dengan menggunakan kata-kata, simbol, gambar, grafik, figur dan lain sebagainya (Mulyana, 2007). Menurut teori yang sudah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan aktivitas yang disadari dengan tujuan untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator ke komunikan.

Harold Lasswell menjelaskan dalam menggambarkan komunikasi memiliki cara yang baik yaitu dengan menjawab pertanyaan "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" yang memiliki arti Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2007). Teori Harold Lasswell memiliki lima unsur komunikasi, yaitu sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan efek. Proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan merupakan proses komunikasi yang

tentunya memiliki tujuan, yang kemudian akan menimbulkan *feedback* atau efek dari komunikasi tersebut.

2.2 Komunikasi Massa

Breiner menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa, baik media massa elektronik maupun media massa cetak (Dyatmika, 2021). Komunikasi massa adalah suatu proses interaksi yang tidak lepas dari yang namanya media massa, seperti siaran radio, televisi, surat kabar, dan majalah merupakan contoh media komunikasi massa. Komunikasi massa menurut Stanly J. Baran merupakan proses dalam mewujudkan satu pemikiran antara media massa dengan publik (Yasir, 2020). Berhubungan dengan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang disampaikan kepada publik menggunakan media massa dan menjangkau banyak orang.

Menurut McQuail dalam (Dyatmika, 2021) menjelaskan pengertian komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikasi massa memiliki karakter dan sifat yang dapat menjangkau massa yang luas dalam jumlah besar.
2. Komunikasi massa bersifat publik, artinya pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai kelompok dan tidak bersifat *private*.
3. Melalui komunikasi massa, popularitas seseorang dapat terangkat. Saat ini banyak *public figure* atau pejabat pemerintah yang popularitasnya terangkat berkat adanya media massa.

Sehubungan dengan beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses interaksi yang dimana seorang komunikator menggunakan media dalam menyampaikan pesan secara luas.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Ardianto dkk dalam buku Ilmu Komunikasi menyebutkan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari komunikasi massa dalam (Dyatmika, 2021), diantaranya yaitu:

1. Komunikasi terlembagakan, dimana dalam proses penyampaian pesannya akan melibatkan sebuah lembaga.
2. Pesan bersifat publik, pesan atau informasi yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat umum untuk semua khalayak.
3. Komunikasi bersifat anonim serta heterogen, dikatakan sebagai anonim dikarenakan komunikator tidak mengetahui siapa komunikannya. Selain itu dikatakan heterogen karena penerima pesan selalu berbeda antara satu dengan lainnya.
4. Media massa menimbulkan keserempakan, khalayak yang menerima pesan dalam komunikasi massa jumlahnya tidak terbatas dan siapapun yang memiliki akses dapat menerima pesan tersebut.
5. Komunikasi mementingkan pokok bahasan daripada hubungan, hal ini menjadikan komunikator tidak wajib saling mengenal dengan komunikan.
6. Komunikasi massa memiliki sifat satu arah, komunikator bebas dalam menyampaikan pesan dan komunikan dapat menentukan sendiri mana pesan yang akan diterima.
7. Stimuli alat indra terbatas, media massa yang digunakan dapat mempengaruhi alat indra yang akan dipakai dalam menerima informasi.
8. *Delayed* atau umpan balik tertunda dan *indirect* atau tidak langsung, pengirim pesan tidak langsung mengetahui bagaimana tanggapan dari penerima pesan secara langsung.

2.3 Hubungan Antara Komunikasi Massa Dengan Media Sosial

Komunikasi secara tradisional dan komunikasi modern memiliki perbedaan yang sangat jauh berbeda. Perbedaan tersebut bisa terlihat dari segi perangkat yang dipakai dalam melakukan proses komunikasi. Jika dulunya komunikasi mengandalkan tatap muka, saat ini dengan kemudahan akses dan kemajuan teknologi pada bidang komunikasi, masyarakat bisa menggunakan perangkat atau media komunikasi modern dalam melancarkan proses komunikasi. Media massa seperti sekarang sudah menjadi fenomena tersendiri pada proses komunikasi.

Bisa diartikan jika era modern sekarang memiliki hubungan antara komunikasi massa dengan media sosial dan dua hal tersebut tidak bisa dipisahkan karena proses komunikasi menjadi lebih mudah oleh komunikator kepada komunikan tanpa adanya hambatan apapun. Media terutama dapat memberikan informasi terkini atau masa lalu dan terkadang dapat menyenangkan bahkan mengganggu seseorang.

2.4 Persepsi

Menurut Deddy Mulyana persepsi merupakan inti dari komunikasi, sedangkan interpretasi merupakan inti dari persepsi yang sama dengan penyandian balik pada proses komunikasi (Mulyana, 2007). Persepsi menurut Brian Fellows merupakan proses dimana individu dapat menerima dan menganalisis pesan (Mulyana, 2007). Sementara itu menurut Josep A. DeVito mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang membuat kita menyadari betapa banyak stimulus yang mempengaruhi pancaindra kita (Mulyana, 2007). Sehingga dikatakan bahwa persepsi adalah inti dari segala komunikasi dikarenakan jika persepsi individu tidak sesuai, maka akan mengakibatkan proses dalam berkomunikasi menjadi tidak efektif (Mulyana, 2007).

Proses terbentuknya persepsi didasarkan pada beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Pengindraan, adalah adanya rangsangan melalui alat indra (peraba, penglihat, pencium, pengecap, dan indra pendengar).
2. Atensi, adalah pendataan pesan dan informasi sebelum seseorang dapat merespon atau menafsirkan suatu kejadian.
3. Interpretasi, adalah pemberian makna terhadap suatu objek yang telah diamati sebelumnya.

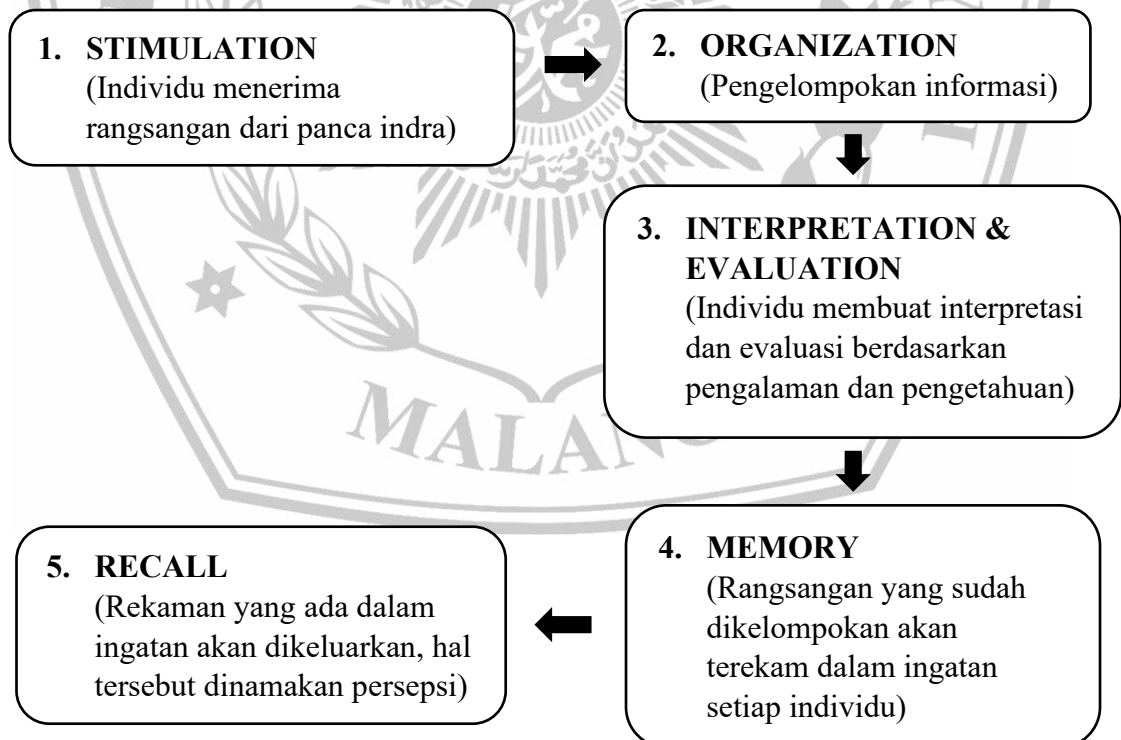
Interpretasi merupakan tahap paling penting dalam sebuah persepsi yang sebelumnya didapat dari informasi melalui alat indra manusia. Menurut pengertian yang telah dijelaskan di atas, dapat dipahami bahwa persepsi mahasiswa merupakan respon atau tanggapan mahasiswa terhadap suatu kejadian setelah menerima informasi ataupun stimulus melalui panca indra.

Dalam penelitian ini yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa tentang *cyberbullying* di media sosial Instagram.

2.4.1 Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Liliweri proses persepsi mempunyai beberapa tingkatan (Liliweri, 2011):

1. Seseorang menerima rangsangan dari luar (stimulus) yang kemudian ditangkap oleh pancaindra.
2. Stimulus tersebut mengelompokkan informasi yang di dapat sesuai dengan susunannya.
3. Seseorang menghasilkan interpretasi dari rangsangan yang telah didapat berdasarkan pengetahuan dan pengalaman sebelumnya.
4. Stimulus yang telah dikelompokkan kemudian tercatat pada ingatan setiap individu.
5. Semua catatan yang ada dalam ingatan dikeluarkan, maka hal tersebut yang dinamakan dengan persepsi.



GAMBAR 2. 1 BAGAN PROSES PERSEPSI

2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam persepsi tentunya terdapat proses pembentukan yang menyebabkan hal tersebut terjadi, dimana seseorang pastinya mempunyai persepsi yang berbeda dengan orang lain. Menurut Deddy Mulyana menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi manusia (Mulyana, 2007):

1. Latar belakang pengalaman
2. Persepsi memiliki sifat selektif
3. Persepsi memiliki sifat dugaan
4. Persepsi memiliki sifat evaluatif
5. Persepsi memiliki sifat konstektual

Oleh karena itu persepsi dapat disimpulkan ketika seseorang mendapat rangsangan dari pancaindra yang kemudian orang tersebut akan menginterpretasikan sesuai dengan faktor yang melatarbelakangi orang tersebut. Latar belakang seperti pengalaman, budaya, keyakinan dapat menjadi penentu terbentuknya persepsi.

2.5 Cyberbullying

Cyberbullying merupakan tindakan kejam yang dilakukan oleh individu bahkan kelompok dengan memakai bantuan teknologi digital yang dilakukan berulang kali kepada korban yang kesusahan dalam membela diri. Perbuatan dari aksi *cyberbullying* sering kali dilakukan dalam media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan media sosial lainnya. Dalam buku yang berjudul *Cyberbullying & Body Shaming*, *cyberbullying* melibatkan teknologi komunikasi misalnya melalui email, pesan secara langsung, situs web yang memberikan informasi palsu dan menyebarkan aksi kebencian dari individu maupun kelompok dengan tujuan untuk menyakiti orang lain. Dalam hal ini pelaku berulang kali mengintimidasi korban yang tidak bisa membela diri sehingga efek yang ditimbulkan dapat membuat korban merasa depresi, takut bersosial di sosial media bahkan korban sampai menutup akun pribadinya atau yang lebih parah mengakibatkan kematian (Karyanti & Aminudin, 2019). *Cyberbullying* yang dilakukan dalam jangka panjang bisa mengakibatkan

seseorang menjadi tidak memiliki rasa percaya diri dan akhirnya membuat korban semakin tertekan, gelisah, selalu merasa bersalah lantaran ketidakmampuan dalam mengatasi *cyberbullying* yang dilakukan oleh pelaku.

2.5.1 Jenis-Jenis Cyberbullying

Dalam buku yang berjudul *Cyberbullying Bullying In The Digital Age* dijelaskan bahwa *cyberbullying* terdapat beberapa jenis (Kowalski, Limber, & Agatston, 2012):

1. *Flaming*, merupakan tindakan dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan kalimat kemarahan dan terang-terangan.
2. *Harassment*, merupakan tindakan dalam menyampaikan pesan yang mengganggu ke media sosial atau email seseorang secara berulang kali.
3. *Denigration*, merupakan langkah pelaku dalam menjelekkan nama baik dengan cara menyebarkan keburukan korban pada media sosial.
4. *Impersonation*, yaitu tindakan seseorang dengan cara berpura-pura menjadi orang lain yang kemudian menyampaikan informasi negatif kepada orang lain.
5. *Outing*, tindakan seseorang dalam menyebarkan rahasia, data dan foto orang lain di media sosial.
6. *Trickery*, merupakan langkah pelaku dalam menipu seseorang agar memperoleh informasi penting ataupun foto pribadi korban.
7. *Exclusion*, tindakan seseorang yang dilakukan dengan sengaja guna mengeluarkan orang lain dari grup *online*.
8. *Cyberstalking*, merupakan cara pelaku dalam mengganggu orang lain secara berulang kali sehingga mengakibatkan kegelisahan pada diri korban.

2.5.2 Karakteristik Cyberbullying

1. Agresif

Pada dasarnya seseorang yang melakukan *bullying* sudah termasuk ke dalam tindakan agresif. Tindakan tersebut dapat dicontohkan dalam situasi dimana individu ingin mendapatkan sesuatu dengan cara memakai kekuatan tetapi lebih mendominasi daripada korban yang dilakukan dengan sengaja. Sementara itu *bullying* adalah keadaan yang diinginkan dengan

menggunakan kekuatan dengan tujuan menyakiti korban untuk menunjukkan dominasinya kepada korban (Rachmayanti & Candrasari, 2022).

2. Intimidatif

Perilaku intimidatif tersebut timbul dan dilakukan dengan sengaja dengan tujuan supaya korban mendapat tekanan secara fisik (Rachmayanti & Candrasari, 2022).

2.6 Media Sosial

Media sosial pada saat ini menjadi salah satu perantara yang dapat digunakan dalam penyampaian pesan dan informasi kepada penerima. Media sosial merupakan wadah untuk penggunanya dalam berinteraksi, bekerjasama, atau membentuk kelompok sosial secara virtual. Kemudahan dalam mengakses media sosial dapat memudahkan penggunanya dalam mendapatkan informasi melalui kebebasan berkomunikasi. Media sosial yang fleksibel membuat hubungan setiap individu dalam dunia maya tidak dibatasi oleh perbedaan status didalam masyarakat. Media sosial yang memiliki banyak pengguna di seluruh dunia yakni seperti Instagram, Youtube, Facebook, WhatsApp dan lain sebagainya. Media sosial yang terus mengembangkan berbagai fitur dan keunggulannya menjadikan daya tarik bagi pengguna yang memakai *platform* tersebut. Media sosial yang bermula sebuah aplikasi untuk melakukan komunikasi dan menciptakan hubungan, sekarang di media sosial mempunyai tugas penting dalam berbagai hal di kehidupan manusia.

Terdapat beberapa hal yang menjadi peran dalam media sosial, yaitu sebagai berikut:

1. Membangun dan menjaga hubungan dengan orang lain
2. Mempermudah dalam pekerjaan
3. Mengekspresikan diri
4. Mendidik

Media sosial dengan berbagai fitur pastinya mempunyai pengaruh yang positif ataupun pengaruh negatif bagi para penggunanya. Pengaruh positif pada media sosial adalah semakin mudah dalam berkomunikasi, memperluas pola

pikir, dapat mengakses berita atau informasi dengan cepat, dan lain sebagainya. Sedangkan pengaruh negatif dari pemakaian media sosial dapat menjadikan seseorang menjadi ketergantungan, kurang bersosialisasi dalam dunia nyata, tidak menyaring berita *hoax* dan lain sebagainya. Menggunakan media sosial secara terus menerus dapat mengarahkan sudut pandang seseorang ke dalam hal yang positif maupun negatif sesuai konsumsi konten yang diterima oleh pengguna tersebut.

2.7 Instagram

Salah satu media sosial yang mempunyai banyak pengguna di seluruh dunia saat ini adalah Instagram. Berbagai fungsi yang dimiliki Instagram seperti berbagi foto, video serta dapat membangun relasi dengan para pengguna lainnya. Hingga saat ini Instagram terus melakukan inovasi untuk meningkatkan daya tarik tersendiri dan dapat menciptakan kreativitas bagi setiap penggunanya.

Menurut Rachmayanti dan Candrasari terdapat beberapa fitur pada Instagram yang dapat dikombinasikan sehingga memberikan efek yang lebih besar, yaitu (Rachmayanti & Candrasari, 2022):

1. *Feed*, merupakan gambaran dari foto, video yang dapat pengguna lain lihat setelah pengguna membagikannya.
2. *Stories*, merupakan bentuk dari foto atau video pendek yang secara otomatis dapat terhapus selama 24 jam.
3. *Highlight*, merupakan bagian dari menyimpan cerita pendek yang dapat dilihat pengguna lain dalam kurun waktu yang lama.
4. *Comment*, merupakan fitur dalam semua media sosial yang dimiliki setiap unggahan agar dapat diberi tanggapan.
5. *Like*, fitur ini berfungsi sebagai tanda jika seseorang menyukai foto atau video yang telah diunggah.
6. *Arroba*, *arroba* atau yang dikenal dengan tanda (@) digunakan untuk menyinggung pengguna lain dan memasukkan nama pada postingan dan komentar.
7. *Hastag*, digunakan untuk mempermudah pengguna dalam mencari unggahan yang diinginkan.

Berbagai kemudahan dan kegunaan telah ditawarkan oleh Instagram, tetapi dibalik kemudahan tersebut Instagram tetap memiliki kekurangan. Kekurangan tersebut yang dapat merugikan banyak pengguna dan salah satunya dengan adanya ujaran kebencian. Hal tersebut dikarenakan masih banyak pengguna Instagram yang melakukan tindakan tidak terpuji tersebut tanpa memikirkan efek yang akan diterima oleh korban. Oleh karenanya, sebagai pengguna Instagram sudah semestinya bijak dalam menerima dan memberikan tanggapan terhadap suatu konten yang ada dalam media sosial tersebut.

2.8 Teori Persepsi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori persepsi. Menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang diawali dengan sensasi yaitu proses yang dimana seseorang menerima rangsangan melalui alat indera (Nisa, et al., 2023). Persepsi pada setiap orang dapat memiliki kemiripan dan perbedaan, proses bagaimana seseorang menafsirkan suatu hal yang sudah ia tangkap dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Menurut Robbins dan Judge, persepsi merupakan proses dimana setiap individu mengatur dan menginterpretasikan tentang apa yang sudah dilihat dengan tujuan untuk memberikan makna terhadap sesuatu dilingkungan mereka (Tewal, Adolfina, Pandowo, & Tawas, 2017). Seseorang dapat mempersepsikan suatu hal yang telah dilihat dengan memberikan makna yang positif dan ada juga orang yang mempersepsikan sesuatu sebagai hal yang negatif, dimana nantinya persepsi tersebut akan mempengaruhi tindakan orang tersebut.

2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini dipaparkan hasil dari penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi pada tema bahasan dalam penelitian ini. Peneliti kemudian memilih penelitian terdahulu yang cocok dengan latar belakang masalah pada penelitian ini, kemudian diharapkan dapat memberikan acuan untuk peneliti guna menuntaskan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang sudah dipilih sebagai berikut:

“Persepsi Remaja Terhadap *Cyberbullying*”

Penelitian terdahulu pertama yang berjudul “Persepsi Remaja Terhadap *Cyberbullying*” yang ditulis pada tahun 2023 oleh Kireina Negolara Dokubani dan Wiwin Hendriani, Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga. Dalam penelitian ini membahas tentang banyaknya kasus *cyberbullying* yang terus mengalami peningkatan akibat perkembangan teknologi yang semakin tidak terkontrol. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan dasar penelitian studi kasus dan teori yang digunakan adalah teori persepsi. Survei dan juga wawancara dengan memberikan pertanyaan kepada subjek yang dipilih guna mendapatkan data. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi remaja terhadap *cyberbullying* yang dilihat dari sisi pandangan pelaku, korban dan *bystander* serta penilaian subjek juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. *Cyberbullying* dianggap mengerikan oleh subjek karena hal tersebut bisa mengakibatkan kondisi yang fatal untuk korban. Subjek menyatakan jika tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk menindas atau menjadikan individu merasa tidak nyaman pada media sosial termasuk tindakan *cyberbullying*. Disamping itu, subjek juga menyatakan bahwa tindakan dalam mengirimkan pesan kurang pantas contohnya menyebarluaskan *hoax*, kebencian, membagikan keburukan orang lain, dan membobol akun media sosial orang lain termasuk dalam tindakan *cyberbullying*.

“Persepsi Mahasiswa STISIP Persada Bunda Terhadap *Stop Cyberbullying* Dalam Iklan Layanan Masyarakat Global TV”

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “Persepsi Mahasiswa STISIP Persada Bunda Terhadap *Stop Cyberbullying* Dalam Iklan Layanan Masyarakat Global TV” yang ditulis pada tahun 2024 oleh Maal Abrar, Ahmad Saudi dan A’ang Chaarnaillan, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Persada Bunda. Dalam penelitian ini membahas tentang *cyberbullying* yang sering terjadi pada media sosial. Kurangnya edukasi dalam menggunakan media sosial dikalangan remaja menghasilkan deretan kasus kejahatan dunia maya seperti *cyberbullying*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta pengumpulan data menggunakan wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Teori

persepsi digunakan pada penelitian ini yang bertujuan dalam mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa sesudah mendapati tontonan iklan layanan masyarakat *stop cyberbullying*. Kesimpulan pada penelitian ini menyatakan bahwa iklan layanan masyarakat secara efektif dapat mempengaruhi sikap mahasiswa dalam mengedukasi serta meningkatkan kesadaran mereka untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan jika menjadi korban *cyberbullying* di media sosial mereka sudah tidak lagi membahas *bully* tersebut, tetapi menjadikan hal itu sebagai bahan untuk introspeksi diri.

