

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi menjadi kegiatan yang sangat sering dilakukan oleh semua individu saat berinteraksi dengan individu lain. Proses komunikasi berawal dari gagasan atau pemikiran seseorang atau komunikator, yang kemudian diolah dan disampaikan melalui media tertentu kepada penerima atau komunikan. Setelah menerima pesan atau informasi, komunikan akan memahami isinya, kemudian memberikan respon atau tanggapan kepada komunikator. Respon dari komunikan membantu komunikator untuk mengetahui apakah informasi dapat diterima dengan baik.

Komunikasi memiliki berbagai macam bentuk seperti komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunikasi tertulis, dan juga komunikasi massa. Komunikasi massa memiliki berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Komunikasi massa merupakan suatu komunikasi yang menyebarluaskan pesan atau informasi kepada orang banyak melalui berbagai media massa seperti radio, internet, televisi dan sebagainya. Defleur dan McQuail berpendapat mengenai komunikasi massa yaitu sebuah proses dimana seorang komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas dan berkelanjutan, sekaligus membangun makna yang dapat memberikan pengaruh kepada khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai metode (Kustiawan et al., 2022).

Sesuai dengan namanya, komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada banyak orang melalui media massa. Media massa yang dimaksud dapat berupa media cetak seperti majalah, surat kabar, pamflet, dan sebagainya, maupun media elektronik seperti televisi, radio, *computer*, dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman, media massa pun semakin berkembang terbantu dengan adanya internet sebagai media elektronik baru. Melalui internet, banyak hal dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Effendy

berpendapat bahwa komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut:

- a. Berlangsung satu arah, yakni tidak adanya komunikasi balik dari komunikan atau dapat dikatakan bahwa komunikator tidak dapat mengetahui secara langsung respon dari khalayak sebagai komunikan.
- b. Pesan bersifat umum, yaitu semua pesan yang disebar di media massa ditujukan untuk khalayak umum bukan untuk perorangan atau suatu kelompok tertentu.
- c. Komunikasi massa bersifat melembaga. Media massa berposisi sebagai lembaga atau organisasi, maka komunikatornya harus melembaga. Komunikator saat menyampaikan pesan di media bergerak tidak semata-mata sendiri, karena komunikator memiliki konsekuensi dan bergerak atas nama lembaga.
- d. Bersifat heterogen. Artinya khalayak sebagai penerima pesan memiliki latar belakang yang berbeda, tidak berkaitan satu sama lain.
- e. Dalam proses penyebaran pesan harus bersifat serempak. Artinya proses penyebaran pesan melalui media massa dilakukan di waktu yang bersamaan dengan tujuan khalayak dapat menerimanya di waktu yang sama (Pratyaksa & Putri, 2021).

Komunikasi massa memiliki tiga dimensi efek komunikasi massa, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Fitriansyah, 2018). Efek kognitif merupakan efek yang muncul pada komunikan yang bersifat informatif seperti peningkatan kesadaran, belajar, dan bertambahnya pengetahuan baru. Efek afektif memiliki tingkatan yang lebih tinggi dibanding dengan efek kognitif, karena efek ini berurusan dengan perasaan, emosi, dan juga sikap komunikan setelah menerima informasi. Sedangkan efek konatif merupakan efek yang terjadi pada komunikan seperti muncul perilaku untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.

2.2 Media Massa

Media massa merupakan alat yang dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan pesan atau informasi. Alat ini memiliki kekuatan untuk menyebarkan pesan secara luas dan cepat kepada khalayak. Media massa sebagai media komunikasi memiliki fungsi sebagai media untuk memberikan pengaruh, menyebarkan pesan, fungsi mendidik serta memberikan *entertain*.

Denis McQuail berpendapat, media massa memiliki kemampuan untuk meraih massa atau khalayak besar dan luas. Selain itu, media massa juga memberikan dampak seperti popularitas bagi yang tampil di media (Ibrahim & Samsiah, 2022).

2.3 Film

2.3.1 Definisi Film

Film merupakan suatu bentuk seni visual yang memanfaatkan rangkaian gambar bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga tercipta ilusi gerakan yang biasanya dilengkapi dengan elemen lain seperti suara guna untuk menyampaikan cerita, menyajikan informasi, atau mengekspresikan gagasan artistik. Menurut Sobur (2004), film merupakan jenis komunikasi massa elektronik berupa media audio visual yang dapat menampilkan citra, kata-kata, bunyi, dan kombinasi dari semua ini (Nuraliza et al., 2022). Javandalasta (2011:1) berpendapat bahwa film atau yang dapat disebut *movie* merupakan kumpulan gambar yang bergerak dan menciptakan alur cerita. Berikut beberapa kelebihan film sebagai media, diantaranya:

- a. Film dapat mempengaruhi penontonnya dan memberikan emosional yang kuat.
- b. Film menyajikan kontras visual kepada penonton secara langsung.
- c. Film sebagai media menjadi wadah untuk dapat berkomunikasi dengan penonton tanpa adanya batas jangkauan.
- d. Film dapat mempengaruhi penonton untuk membuat perubahan (Apriliany, 2021).

2.3.2 Jenis Film

Film memiliki beberapa jenis yang dibedakan karena memiliki alur cerita dan pesan yang berbeda serta durasi dan tujuan yang berbeda. Heru Effendy (2002:11) berpendapat bahwa jenis-jenis film dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Film Cerita Panjang

Film cerita panjang menyajikan alur cerita dengan durasi lebih dari 60 menit. Biasanya jenis film ini diperuntukan untuk diputar di bioskop. Bahkan tidak jarang film cerita panjang memiliki durasi diatas 180 menit atau 2 jam, seperti film hasil produksi film *Hollywood*.

b. Film Cerita Pendek

Film cerita pendek menyajikan alur cerita dengan durasi kurang dari 60 menit. Jenis film ini kebanyakan digunakan para pembuat film untuk awalan film atau sebagai batu loncatan sebelum akhirnya memproduksi film cerita panjang. Biasanya mahasiswa jurusan film atau ilmu komunikasi menjadikan film cerita pendek sebagai tugas proyek produksi film.

c. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan film yang memiliki alur cerita berdasarkan realita yang dikemas sedemikian rupa dengan tujuan untuk menyebarkan informasi, memberikan pendidikan dan propaganda bagi suatu kelompok tertentu.

d. Film Jenis Lain

Selain jenis-jenis film yang ada di atas, *company profile video*, program televisi, iklan televisi dan *music video* merupakan film jenis lain (Utama et al., 2023).

2.3.3 Unsur Film

Dalam proses produksi film, terdapat unsur-unsur yang berkolaborasi untuk menciptakan kerja sama yang baik dengan

melibatkan percikan keterampilan kreatif. Menurut Sumarno, terdapat delapan unsur-unsur film, antara lain:

a. Sutradara

Sutradara memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam segi artistik karena proses pembuatan film dipimpin oleh sutradara dengan menentukan apa saja yang harus terlihat oleh penonton. Sutradara bertanggung jawab dalam mengatur pemain film di depan kamera dan juga mengarahkan dan mengawasi *acting* serta dialog dari pemain. Selain itu, posisi kamera, gerak kamera, pencahayaan, suara dikontrol oleh sutradara.

b. Penulis Skenario

Penulis skenario merupakan seseorang yang ahli dalam membuat film dengan mengemasnya dalam bentuk tulisan. Tugasnya yaitu membuat cerita dalam bentuk tulisan dengan alur cerita yang baik, perwatakan dan bahasa yang dapat dipahami dengan mudah. Penulis skenario juga membuat naskah dialog dengan bahasa yang dapat dengan mudah dipahami oleh para pemeran film.

c. Penata Fotografi/*Cameraman*

Cameraman sebagai tangan kanan sutradara membantu untuk menentukan jenis-jenis shot yang akan diambil serta menentukan jenis lensa dan filter lensa yang akan digunakan selama proses syuting. Penata fotografi ini juga mengatur bukaan diafragma pada kamera dan pencahayaan sesuai dengan konsep sutradara yang telah dibuat. Selain itu, ia bertugas untuk mengawasi proses produksi film dan memeriksa hasil syuting agar hasil yang didapatkan maksimal sesuai dengan konsep.

d. Editor/Penyunting

Editor bertugas untuk menggabungkan seluruh bahan atau shot dengan melakukan pemotongan, penyempurnaan dan membentuk kembali bahan-bahan hasil dari syuting untuk menciptakan cerita sesuai dengan konsep yang telah dibuat oleh sutradara.

e. Penata Artistik

Tugas penata artistik yaitu menyusun segala hal yang melatarbelakangi alur cerita pada film seperti mengatur bagaimana setting tempat dan waktu berlangsung film. Selain itu, penata artistik juga menerjemahkan konsep visual dari sutradara dengan membuatnya menjadi nyata menyiapkan pakaian (*wardrobe*), riasan yang digunakan tokoh-tokoh pada film, dan properti-properti yang dibutuhkan sesuai dengan konsep sutradara. Penata artistik bekerjasama dengan tim kerjanya yaitu penata kostum, penata rias pemeran, tim dekorasi, dan tim pembuat efek khusus.

f. Penata Suara

Penata suara bertugas dalam merekam suara di dalam studio dan juga di lapangan lokasi syuting.

g. Penata Musik

Penata musik pada film memiliki tugas sebagai penata paduan bunyi (bukan *sound effect*) yang akan memberikan tambahan efek dramatik pada film. Musik pada film memiliki fungsi penting yaitu dapat membantu merangkai adegan, menutupi kekurangan pada film, dapat menunjukkan suasana waktu dan tempat, menunjukkan suasana batin tokoh pada film, mengiringi *credit title*, memberikan ketegangan yang dramatik, memberikan penegasan pada karakter dan mengiringi adegan ritme cepat.

h. Pemeran

Tugas dari pemeran yaitu menjadi tokoh pada film. Pemeran perlu melakukan diskusi bersama dengan sutradara mengenai perwatakannya. Hal tersebut karena perwatakan tidak dideskripsikan secara terperinci dalam skenario (Sumarno, Marseli, 2017).

2.3.4 Fungsi Film

Film yang merupakan sebuah karya seni yang kompleks dapat digunakan untuk banyak keperluan. Film sebagai media komunikasi massa memiliki kegunaan sebagai media penyampaian informasi atau

pesan yang dikemas dalam bentuk simbol audio visual. Film juga memiliki kegunaan yaitu sebagai media berekspresi yang sifatnya berbentuk audio visual, sehingga membuat film menjadi media hiburan bagi penonton. Selain itu, film dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan atau informasi yang tujuannya untuk mempersuasi penontonnya. Prof. Effendy (2003) berpendapat bahwa film juga merupakan alat komunikasi massa yang sangat ampuh, baik untuk hiburan maupun pendidikan (Anugerah et al., 2020). Film mempunyai kekuatan untuk dapat memberikan pengaruh dan juga dampak, seperti dampak psikologis dan dampak sosial kepada penonton.

Film memiliki beberapa fungsi, yaitu diantaranya:

a. Media Pendidikan (Edukasi)

Film sering sekali digunakan menjadi media untuk edukasi karena film menyajikan dalam bentuk visual tentang bagaimana suatu teori dan konsep sehingga cara itu sangat mudah untuk diterima dan dipahami oleh penontonnya. Menurut Husmiati (2010) film merupakan media audio visual yang dapat dijadikan media pembelajaran karena lebih bervariasi dan menarik (Firmansyah et al., 2022). Seperti contohnya film sejarah, film dokumenter dan juga film fiksi menjadi tempat informasi dan mendapatkan pengetahuan baru bagi penontonnya. Munadi (2012) berpendapat bahwa terdapat beberapa film yang dapat menjadi media pembelajaran bagi penonton, yaitu film dokumenter, film dokudrama, dan juga drama atau film fiktif (Apriliany, 2021).

b. Media Hiburan

Salah satu tujuan dari film adalah untuk menghibur. Menurut McQuail (2003), film menjadi alat baru yang berguna sebagai media hiburan yang berisi cerita, drama, musik, peristiwa, lawakan, dan juga teknis lainnya kepada masyarakat yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu (Oktavianus, 2015). Film memiliki kekuatan untuk dapat membangkitkan emosi seperti senang, sedih, marah,

atau kesal, dan memberikan pengalaman visual yang menarik dengan cara membawa penonton masuk ke dunia imajinasi yang menyenangkan melalui alur cerita yang seru, akting yang luar biasa, dan efek visual yang memukau.

c. Media Dokumentasi Sejarah dan Budaya

Film juga memiliki fungsi sebagai media merekam sejarah dan budaya. Dokumenter sejarah memanfaatkan rekaman untuk menghidupkan kembali peristiwa penting di masa lalu dan membuatnya terasa lebih nyata (H, 2019). Film tidak hanya merekam kenyataan, tetapi juga dapat memberikan pengaruh tentang bagaimana masyarakat melihat sejarah dan budaya, maka dari itu film bertanggung jawab penuh untuk menyajikan sejarah dan budaya dengan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan.

d. Media Kritik Sosial

Saat ini, film tidak hanya untuk hiburan penonton melainkan menjadi media bagi penontonnya untuk bercermin tentang berbagai aspek kehidupan yang tidak diperhatikan. Film sering dijadikan sebagai media kritik sosial karena memiliki kekuatannya yaitu menyajikan audio dan juga visual yang dapat membuat penonton ikut merasakan pesan-pesan pada film yang biasanya mengangkat kondisi dan isu-isu nyata yang relevan saat ini. Tidak jarang pembuat film mengangkat ide cerita dari isu-isu sosial, budaya, bahkan politik yang relevan, sehingga memicu penonton untuk berpikir secara kritis dan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu yang diangkat dalam film.

2.4 Film sebagai media komunikasi massa

Film dapat dikatakan bagian dari media komunikasi massa yang sifatnya audio visual. Tujuan film sebagai media komunikasi massa yaitu sebagai wadah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sebagai penonton. Film sebagai media komunikasi massa memiliki karakteristik yaitu bersifat umum, cepat dan dapat menjangkau penonton secara luas dalam waktu yang singkat.

Berikut merupakan cara bagaimana film menjadi media komunikasi massa:

a. Visual storytelling

Film merupakan suatu media dalam bentuk seni visual yang memanfaatkan rangkaian gambar, audio, dan narasi untuk menyampaikan pesan dalam bentuk cerita. Kekuatan visual pada film dimanfaatkan oleh pembuat film untuk menyampaikan pesan dengan menarik perhatian penonton secara emosional dan intelektual, serta mengungkapkan ide atau gagasan-gagasan kompleks dalam bentuk yang komunikatif dan dapat diterima dengan mudah.

b. Jangkauan audiens luas

Secara keunggulan film memiliki kekuatan untuk menjangkau penonton secara luas dan menjadikannya salah satu media komunikasi yang paling efektif dalam menyampikan pesan kepada khalayak. Melalui berbagai saluran distribusi seperti televisi, bioskop, hingga platform *streaming* digital, film dapat diakses dari berbagai negara dan latar belakang budaya. Selain itu, kecanggihan di era saat ini, film seringkali diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa melalui *subtitle* dan membuat pesan-pesan di dalamnya semakin mudah dimengerti oleh penonton lintas linguistik.

c. Periklanan dan pemasaran

Film tidak jarang dimanfaatkan sebagai media promosi dalam bidang periklanan dan pemasaran untuk memperkenalkan produk, layanan, maupun agenda sosial melalui strategi komunikasi visual yang halus namun memberikan dampak yang besar. Dengan promosi periklanan dan pemasaran secara efektif, film dapat digunakan untuk mendorong kesadaran serta perubahan perilaku publik.

d. Komentar politik

Film dimanfaatkan sebagai media reflektif yang memungkinkan penyampaian kritik terhadap realita sosial dan politik. Pembuat film tidak jarang memanfaatkan karyanya untuk menyorot berbagai

persoalan dan isu-isu yang terdapat dalam struktur kekuasaan, mengkritik institusi sosial dan politik, serta menyuarakan ketidakadilan yang terjadi di masyarakat. Film menjadi sarana advokasi yang efektif untuk mendorong keadilan sosial, memperkuat kesadaran kolektif, dan menginspirasi transformasi budaya dalam masyarakat (Huda et al., 2023).

Seiring perkembangan zaman, film tidak hanya menjadi media hiburan dan media menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai edukasi pendidikan dan persuasi. Film sebagai media massa dapat memberikan pengaruh serta membentuk pandangan atau pola pikir masyarakat dalam menciptakan suatu opini (Choiriyati, 2015). Kemampuannya untuk membentuk opini publik, mempengaruhi sikap serta perilaku publik, dan juga membangun wacana sosial terhadap isu tertentu menjadikan film sebagai salah satu media yang memegang posisi kuat dalam mengontrol publik.

2.5 Pesan dalam komunikasi

Sandra Cleary (2008) berpendapat bahwa hal yang mendasar dalam proses komunikasi yaitu terdiri beberapa unsur yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan feedback (Natsir et al., 2022). Pesan merupakan suatu informasi yang disampaikan oleh suatu individu ke individu lainnya melalui media komunikasi. Pesan menurut Mulyana (2007) yaitu sekumpulan simbol baik verbal maupun nonverbal yang merepresentasikan gagasan, ide, nilai, perasaan atau maksud dari komunikator kepada komunikan (Nurhidayah, 2017).

Pesan pada umumnya tergolong menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Pesan verbal merupakan suatu pesan yang proses menyampaikannya memanfaatkan kata-kata dan dapat diterima isinya oleh komunikan sesuai dengan apa yang dilihat atau didengarnya.
- b. Pesan non-verbal merupakan suatu pesan yang proses menyampaikannya berbanding terbalik dengan pesan verbal atau tidak memanfaatkan kata-kata melainkan menggunakan mimik

wajah, gerak-gerik dan tingkah laku dari komunikator (Djawad, 2016).

2.6 Film sebagai media penyampaian pesan

Film memiliki peran sebagai media dengan pengaruh besar untuk menyampaikan pesan kepada penontonnya. Dalam menyampaikan pesan kepada penonton, sebagai media audio visual, film menyajikan cerita yang mengandung makna dan dikemas dengan pendekatan sinematografi yang estetis serta dirancang secara cermat, sehingga mampu menciptakan daya tarik visual sekaligus emosional bagi penontonnya (Desrianti et al., 2021).

Efektivitas film dalam menyampaikan pesan dilihat dari kemampuannya dalam merepresentasikan isu-isu sosial dan nilai budaya baik secara simbolis maupun eksplisit. Melalui karakter dan permasalahan yang dekat dengan realita sosial, film dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi serta membuat penonton merefleksikan isu sosial yang disajikan dan menjadi media pembelajaran. Film menawarkan daya tarik tersendiri dengan menyajikan pengalaman yang menyeluruh melalui rangsangan audio dan visual seperti memberikan pengalaman penonton untuk melihat versi tertentu dari suatu kenyataan (Ariotejo & Ganggi, 2019). Oleh karena itu, film tidak hanya digunakan untuk media hiburan tetapi juga sebagai alat membentuk suatu perspektif.

Pesan menjadi hal yang sangat penting ada dalam film. Jenis pesan dalam film dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pesan Implisit dalam film yaitu makna yang tersembunyi yang tidak disampaikan dengan jelas atau secara langsung. Pesan ini biasanya disampaikan dalam bentuk simbol, metafora atau unsur tersembunyi dalam cerita. Untuk memahami pesan ini, penonton perlu berpikir lebih dalam dan menafsirkannya sendiri.
- b. Pesan Eksplisit dalam film yaitu pesan yang disampaikan secara jelas melalui narasi atau dialog yang muncul di layar. Penonton dapat dengan mudah untuk memahami isi pesan dalam film tanpa perlu banyak menafsirkannya.

Pesan menjadi salah satu elemen yang sangat penting untuk diperhatikan.

2.7 Cyberbullying dalam Media

2.7.1 Definisi Cyberbullying

Cyberbullying merupakan bentuk intimidasi atau pelecehan yang dilakukan melalui teknologi digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, forum daring, atau *platform* komunikasi lainnya. Tindakan ini dapat berupa penghinaan, penyebaran informasi palsu, pelecehan, ancaman, atau pengungkapan informasi pribadi seseorang tanpa izin, dengan tujuan untuk merendahkan atau menyakiti korban secara emosional dan psikologis.

Berbeda dengan *bullying* konvensional, *cyberbullying* memiliki cakupan yang lebih luas karena dapat terjadi kapan saja dan dimana saja, tanpa keterbatasan ruang dan waktu. Serangan yang terjadi di dunia maya dapat dengan cepat menyebar ke banyak orang dan sulit untuk dihilangkan, sehingga dampaknya bisa lebih parah bagi korban. *Cyberbullying* dapat menyebabkan stress, kecemasan, bahkan dalam beberapa kasus, mendorong korban untuk melakukan tindakan berbahaya pada diri sendiri.

Fenomena ini sering kali dilakukan secara anonim, sehingga pelaku merasa lebih bebas dalam melakukan tindakan perundungan tanpa takut akan konsekuensi langsung. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk lebih sadar akan bahaya *cyberbullying* serta berupaya menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan positif.

2.7.2 Faktor yang Mempengaruhi Cyberbullying

Geofani (2019) berpendapat bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perilaku *cyberbullying*, yaitu:

a. Faktor Internal

- Mengalami masalah pribadi. Beberapa pelaku *cyberbullying* menghadapi masalah dalam kehidupan pribadi mereka, yang

membuat mereka merasa tertekan atau tidak berdaya. Akibatnya, mereka melampiaskan frustrasi dengan menyerang orang lain melalui dunia maya.

- Rasa iri. Perilaku *cyberbullying* sering kali termotivasi oleh rasa iri atau cemburu terhadap kesuksesan atau kebahagiaan orang lain. Mereka mengekspresikan perasaan tersebut dengan menghina, memberikan komentar negatif, menyebarkan fitnah, atau menyebarkan informasi palsu tentang korban di media sosial.
- Berprasangka buruk. Pelaku *cyberbullying* kerap menuduh korban tanpa memiliki bukti atau dasar yang jelas sehingga dapat merusak reputasi korban dan menjadi pemicu terjadinya *cyberbullying*.
- Pernah menjadi korban *bullying*. Ada juga pelaku *cyberbullying* yang dulunya pernah menjadi korban *bullying*. Pengalaman pahit tersebut membuat mereka ingin menunjukkan kekuatan atau membalas perlakuan yang pernah mereka alami dengan menindas orang lain.

b. Faktor Eksternal

- Faktor keluarga. Cara orang tua mendidik anak dapat mempengaruhi kemungkinan mereka terlibat dalam *cyberbullying*. Pola asuh yang terlalu keras, seperti minimnya kasih sayang, aturan ketat, dan kontrol yang berlebihan, atau sebaliknya, terlalu longgar dan memanjakan, dapat membuat anak cenderung melakukan tindakan tersebut.
- Faktor pertemanan. Lingkungan pertemanan memiliki peran besar dalam membentuk perilaku seseorang. Individu yang memiliki sedikit teman atau berada di lingkungan sosial yang negatif lebih beresiko menjadi pelaku *cyberbullying*. Sebaliknya, teman yang memberikan pengaruh positif dapat menjadi dukungan bagi korban *cyberbullying* agar dapat mengatasi permasalahan yang dihadapinya (Marlef et al., 2024).

2.7.3 Dampak Cyberbullying

Cyberbullying dapat memberikan dampak yang sangat serius bagi korbannya, seperti menurunnya rasa percaya diri, stress, kecemasan bahkan depresi. Korban sering merasa sedih, khawatir, serta terbebani oleh rasa bersalah atau kegagalan karena tidak mampu mengatasi masalah yang dihadapinya. Dalam beberapa kasus, korban menjadi malas atau takut untuk berinteraksi dengan orang lain. Dampak psikologis yang ditimbulkan bisa semakin parah, seperti depresi berat, kecemasan berlebih, hingga kasus ekstrem, munculnya keinginan untuk mengakhiri hidup tidak kuat dengan tekanan yang dialami. Berikut beberapa dampak dari *cyberbullying* yaitu:

- a. Gangguan kesehatan mental. Korban *cyberbullying* lebih rentan mengalami tekanan psikologis berkepanjangan, seperti stress, kecemasan, dan depresi. Dalam beberapa kasus, mereka juga bisa mengalami kesulitan tidur, gangguan pola makan, dan masalah kesehatan mental lainnya.
- b. Gangguan emosional. Korban *cyberbullying* dapat merasakan berbagai emosi negatif, seperti kemarahan, kesedihan, keputusasaan, atau bahkan memilih untuk menarik diri sepenuhnya dari lingkungan sosial.
- c. Gangguan dalam berinteraksi sosial. *Cyberbullying* dapat berdampak pada kehidupan sosial korban, membuat mereka enggan untuk bertemu dengan teman atau mengalami kesulitan dalam membangun serta menjaga hubungan yang sehat dengan orang lain.
- d. Menurunnya rasa percaya diri sering kali dialami oleh korban dari *cyberbullying*. Korban menjadi merasa ragu dengan kemampuannya dan merasa dijauhkan oleh lingkungannya.
- e. Perilaku maladaptif dapat terjadi pada beberapa kasus korban sebagai *coping mechanisms* seperti menyakiti diri sendiri, agresi, atau penyalahgunaan zat.
- f. Gangguan kesehatan mental jangka panjang dapat dialami korban apabila masalahnya yang mendalam. Korban dapat merasakan

kecemasan atau depresi berat, kecanduan dan bahkan muncul keinginan untuk bertindak merugikan diri sendiri.

- g. Dampak hubungan keluarga dan sosial. Dampak dari *cyberbullying* tidak hanya dirasakan oleh korban saja melainkan keluarga dan orang-orang disekitar korban juga merasakan dampaknya. Orang tua dan keluarga dapat mengalami kecemasan dan stres, dan juga hubungan sosial korban terganggu karena dijauhi atau adanya perubahan sikap dan perilaku (Boleng et al., 2024).

2.8 Cyberbullying Nancy Willard

Cyberbullying menurut Willard (2005) yaitu perilaku agresif yang disengaja untuk melukai seseorang dengan memanfaatkan teknologi digital atau internet, yang dapat berupa pengiriman atau penyebaran konten berbahaya seperti pesan teks yang menyinggung, gambar yang mempermalukan, atau ancaman yang menimbulkan ketakutan (Marlef et al., 2024). Willard kemudian mengklasifikasikan bentuk-bentuk *cyberbullying* menjadi delapan kategori utama, yaitu *harassment*, *denigration*, *flaming*, *trickery*, *exclusion*, *impersonation*, *outing*, dan *cyberstalking*, masing-masing memiliki ciri khas dan indikator perilaku yang berbeda.

a. *Harassment*

Harassment merupakan bentuk khusus dari *cyberbullying* yang melibatkan tindakan pelecehan atau pengiriman pesan ofensif secara berulang kepada seseorang melalui media digital. Berbeda dari *flaming* yang bersifat saling menghina, *harassment* biasanya berlangsung lebih lama dan dilakukan secara satu arah oleh pelaku terhadap korban. Bentuknya dapat berupa pesan pribadi yang terus-menerus mengganggu hingga serangan massal seperti *text wars* yang menimbulkan tekanan emosional pada korban.

b. *Denigration*

Denigration merupakan bentuk *cyberbullying* yang melibatkan penyebaran informasi palsu atau merendahkan tentang seseorang melalui media digital, seperti situs web, email, atau pesan instan. Tindakan ini bisa berupa penyebaran foto yang dimanipulasi, unggahan yang mempermalukan, atau

komentar menghina di platform online. Tujuannya adalah untuk merusak reputasi korban dan memperlukannya di hadapan publik daring.

c. *Flaming*

Flaming merupakan pertukaran pesan bernada emosional atau penghinaan yang terjadi melalui media komunikasi digital, biasanya di ruang publik seperti forum atau *room chat*. Aksi ini dapat berkembang menjadi *flame war* ketika saling hina berlanjut terus-menerus. Meskipun tampak seperti pertikaian setara, sebenarnya ada ketimpangan karena korban sering tidak tahu siapa saja yang mungkin akan ikut menyerang dirinya.

d. *Trickery*

Trickery atau tipu daya merupakan tindakan menipu seseorang agar mau mengungkapkan informasi pribadi atau rahasia dirinya, lalu menyebarkan informasi tersebut kepada orang lain. Pelaku biasanya berpura-pura bisa dipercaya agar korban mau terbuka. Setelah itu, informasi yang didapat digunakan untuk memperlukan atau menjatuhkan korban secara daring.

e. *Exclusion*

Exclusion merupakan bentuk *cyberbullying* yang terjadi ketika seseorang dikucilkan atau dikeluarkan dari interaksi sosial di dunia digital, seperti dihapus dari daftar teman atau diabaikan dalam komunikasi daring. Tindakan ini dapat menimbulkan dampak emosional yang serius, seperti rasa kesepian, rendah diri, hingga tekanan psikologis. Korban yang mengalami pengucilan daring sering kali mencari kelompok baru di internet untuk mendapatkan kembali rasa diterima dan dukungan sosial.

f. *Impersonation*

Impersonation adalah bentuk *cyberbullying* di mana pelaku menyamar sebagai korban dengan cara meretas atau mencuri kata sandinya untuk mengakses akun pribadi. Pelaku kemudian menyebarkan pesan atau konten yang merugikan seolah-olah berasal dari korban, sehingga merusak reputasi dan hubungan sosialnya. Dalam kasus yang ekstrem, tindakan ini bisa membahayakan keselamatan korban karena data pribadinya disebarluaskan secara publik.

g. *Outing*

Outing adalah bentuk *cyberbullying* yang dilakukan dengan menyebarkan informasi pribadi atau memalukan milik seseorang tanpa izin kepada publik. Biasanya pelaku membocorkan pesan, foto, atau rahasia pribadi korban yang awalnya dibagikan secara pribadi. Tujuannya adalah mempermalukan korban dan merusak reputasinya di ruang digital.

h. *Cyberstalking*

Cyberstalking adalah bentuk *cyberbullying* yang dilakukan dengan cara membuntuti atau mengintimidasi seseorang melalui pesan digital yang berulang dan mengandung ancaman. Berbeda dari *harassment* biasa, *cyberstalking* cenderung melibatkan unsur ancaman fisik atau rasa takut yang lebih serius bagi korban. Tindakan ini sering dilakukan secara diam-diam dan terus-menerus untuk menimbulkan rasa cemas atau teror pada targetnya. (Kowalski et al., 2008).

2.9 Fenomena *Cyberbullying* di Indonesia

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat di Indonesia telah menghadirkan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi. Namun, kemajuan ini juga memunculkan tantangan baru, salah satunya adalah bertambahnya kasus *bullying* di dunia maya atau yang dikenal sebagai *cyberbullying*. Fenomena ini kini menjadi isu sosial yang cukup serius karena berdampak langsung terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis seseorang. Menurut data dari UNICEF, sekitar 45% tercatat remaja di Indonesia dalam rentang usia 14-24 tahun pernah menjadi korban *cyberbullying*. Bentuk *cyberbullying* ini dapat berupa penyebaran konten sensitif seperti foto atau video tanpa persetujuan, ujaran kebencian, intimidasi, komentar kasar, dan pelecehan melalui media sosial.

Beberapa kasus nyata *cyberbullying* yang terjadi di Indonesia antara lain:

a. Kasus Luluk Nuril (2023)

Luluk Sofiatul Jannah atau yang dikenal sebagai Luluk Nuril menjadi sorotan publik setelah videonya yang viral di media sosial TikTok. Pemilik akun TikTok asal Probolinggo ini melakukan intimidasi secara verbal terhadap siswi SMK dan disebar di

platform media sosial TikTok. Insiden tersebut terjadi pada Agustus 2023 yang mana dalam video tersebut menunjukkan Luluk membentak dan berkata kasar kepada siswi SMK yang magang di sebuah swalayan karena merasa tersinggung oleh kata-kata dan pelayanan yang diberikan (Darmawan, 2023). Menurut KPAI, tindakan yang dilakukan Luluk dianggap sebagai bentuk dari *cyberbullying* karena telah memermalukan siswi SMK yang tergolong masih di bawah umur di media sosial. Korban dengan inisial LNAS merasakan dampak dari kejadian tersebut yaitu sempat ingin berhenti dari PKL karena merasa malu dan memilih untuk magang dengan posisi yang tidak berhadapan langsung dengan *costumer* (Ikhsanudin, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa korban mengalami dampak negatif dari *cyberbullying* yang dilakukan oleh Luluk Nuril di media sosial.

b. Kasus Natalius Pigai (2021)

Natalius Pigai merupakan seorang aktivis HAM dan mantan Komisioner Komnas HAM yang menjadi korban *cyberbullying* berbasis ras di media sosial. Kasus yang terjadi pada tahun 2021 tersebut berawal dari adanya cuitan di Twitter oleh pemilik akun @permadiaktivis1 atau beridentitas asli sebagai Permadi Arya. Permadi Arya atau yang dikenal Abu Janda mengunggah *tweet* yang membahas tentang bagaimana kapasitas Jendral Hendropriyono sebagai Mantan Kepala BIN dan menyinggung Natalius Pigai dengan mempertanyakan apa kapasitasnya. Selain itu, Abu Janda juga memunculkan kalimat yang dianggap sebagai *cyberbullying* yaitu “Sudah selesai evolusi belum kau?” (Erwanti, 2021). Kalimat tersebut dianggap merendahkan manusia, khususnya menasar latar belakang etnis Natalius Pigai yang berasal dari Papua.

2.10 Analisis Isi

2.10.1 Definisi Analisis Isi

Analisis isi merupakan salah satu metode yang digunakan dalam suatu penelitian yang bersifat mendalam terhadap suatu hal untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan isi pesan komunikasi secara sistematis dan objektif, baik dalam bentuk gambar, simbol, teks, atau media lainnya. Menurut Budd, dkk (1967), analisis isi dimanfaatkan sebagai cara untuk menganalisis dan mencermati pesan komunikasi terbuka yang berasal dari komunikator tertentu (Sumarno, 2020). Muhtadi (2015) mengemukakan bahwa analisis isi dimaknai sebagai cara penelitian yang menelaah isi teks dan menjabarkan teknik analisis yang bersifat khusus atau terarah (Fitriah, 2018).

Dalam praktiknya, Muhajir (2000) membagi tiga tahapan utama dalam analisis isi:

- a. Pertama, mengidentifikasi dan mengelompokkan simbol-simbol komunikasi
- b. Kedua, menetapkan standar atau kriteria tertentu sebagai dasar pengelompokkan
- c. Ketiga, menggunakan metode analisis untuk menarik prediksi atau kesimpulan dari data yang telah dikelompokkan (Sumarno, 2020).

2.10.2 Pendekatan Analisis Isi

Analisis isi menurut Eriyanto (2011) dalam bukunya yang berjudul *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, terbagi menjadi tiga pendekatan:

a. Analisis Isi Deskriptif

Analisis isi deskriptif menjelaskan isi pesan atau teks tertentu secara rinci. Metode ini digunakan untuk menguraikan berbagai aspek dan karakteristik yang terkandung dalam pesan.

b. Analisis isi Eksplanatif

Analisis isi eksplanatif melibatkan proses pengujian terhadap suatu hipotesis dan tidak hanya berfokus pada penjabaran isi pesan, tetapi juga berusaha menelusuri keterkaitan antara isi pesan dengan variabel lainnya.

c. Analisis Isi Prediktif

Analisis isi prediktif berfokus pada upaya memperkirakan hasil dengan menghubungkan temuan dari analisis isi dengan variabel lainnya (Choirun & Wahid, 2014).

2.11 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1.	Fatahillah Sahid	Analisis Isi Bentuk Bullying Dalam Video Klip “ DULU ” Karya Joshua Axel Limandjaja	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif	Penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku <i>bullying</i> yang terdapat pada video klip “Dulu” karya Joshua Axel, terbagi menjadi dua jenis yaitu fisik dan non-fisik. <i>Bullying</i> fisik seperti memukul, mendorong, dan membuang barang memberikan dampak negatif yaitu luka permanen dan mempengaruhi kesehatan fisik dan mental. <i>Bullying</i> non-fisik dapat

				berupa ancaman, intimidasi, ejekan, ataupun menghina dan berdampak pada kesehatan mental seperti stress, mengalami kecemasan, sulit berinteraksi dengan orang lain, tidak percaya diri, dan menurunnya kualitas hidup.
	Perbedaan	Perbedaan penelitian ini terletak objek yang diteliti yang mana penelitian ini menggunakan Video Klip “ DULU ” Karya Joshua Axel Limandjaja dan juga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk <i>bullying</i> yang terdapat pada video klip tersebut. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori Johan Galtung (<i>Direct Violence</i>).		
2.	Khairul Bariah	Analisis Isi Pesan Moral Film Imperfect (Karir, Cinta, dan Timbangan) Karya Ernest Prakasa	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif	Penelitian ini menjelaskan bahwa pada Film Imperfect (Karir, Cinta, dan Timbangan) Karya Ernest Prakasa terdapat beberapa pesan moral yaitu pesan moral untuk mensyukuri segala hal yang telah diberikan Tuhan (hubungan dengan

				Tuhan), pesan moral untuk selalu percaya pada diri sendiri dalam kondisi apapun (hubungan dengan diri sendiri), dan pesan moral untuk saling menghargai dan tidak merendahkan orang lain (hubungan dengan orang lain).
	Perbedaan	Perbedaan penelitian ini terletak objek yang diteliti yang mana penelitian ini menggunakan Film Imperfect (Karir, Cinta, dan Timbangan) Karya Ernest Prakasa dan juga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja pesan moral yang terdapat pada film tersebut.		
3.	Muhammad Bayu Widagdo, Lintang Ratri Rahmiaji, Nurul Hasfi	Analisis Resepsi “Cyberbullying” Film Budi Pekerti (2023) pada Korban Cyberbullying, 2024	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall	Penelitian ini menjelaskan bahwa respon dari informan berbeda-beda karena dipengaruhi oleh beberapa hal seperti latar belakang sosial, budaya, dan juga pengalaman pribadi yang berbeda-beda. Beberapa ada yang di posisi <i>dominant-hegemonic</i> atau dapat menangkap

			<p>pesan yang disampaikan pada film tentang bagaimana dampak dari <i>cyberbullying</i> dengan menyeluruh, ada yang di posisi <i>negotiated</i> atau dapat menangkap pesan berdasarkan pengalaman pribadi informan sebagai korban, dan di posisi <i>oppositional</i> yang dimana informan menangkalkan pesan pada film karena dianggap kurang sesuai dengan pengalaman informan.</p>
Perbedaan		<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu analisis resepsi Stuart Hall dan juga selaras dengan hal yang diteliti yang mana penelitian ini untuk mengetahui bagaimana korban <i>cyberbullying</i> memaknai pesan yang terdapat pada Film Budi Pekerti.</p>	

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu