

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi di dunia merupakan sebuah hal yang sangat menguntungkan bagi kelangsungan kehidupan manusia. Terbukti bahwa teknologi membawa banyak dampak positif bagi manusia, namun ada juga dampak negatifnya. Manusia di era globalisasi ini sudah bisa menikmati banyak kemajuan teknologi dengan berbagai macam bentuk, ada yang merupakan hasil pembaharuan dari penemuan sebelumnya dan ada juga yang baru di temukan, dan semuanya tujuannya adalah mendukung kelangsungan keperluan hidup manusia. Kemajuan teknologi tersebut nampaknya sudah menjalar ke berbagai segi kehidupan, yang positif antara lain mempercepat arus informasi, mempermudah terhadap informasi terbaru, mempermudah menjalin jaringan jarak jauh, dan mulai masuknya internet. Dampak negative yang juga ikut terbawa antara lain penyalahgunaan kemajuan teknologi, semakin bertumbuhnya sikap individualistic, penyalahgunaan internet, meningkatnya kejahatan. (<https://dosenit.com/kuliah-it/teknologi-informasi/dampak-positif-dan-negatif-penggunaan-teknologi-informasi-dan-komunikasi>, diakses tanggal 14 oktober 2017)

Salah satu produk teknologi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dunia sekarang adalah internet. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh *We are*

*social* Jumlah pengguna internet di seluruh dunia kian meningkat drastis. Menurut data terbaru yang dirilis *We Are Social* per Agustus 2017, jumlah pengguna internet global kini menyentuh angka 3,8 miliar dengan penetrasi 51 persen dari total populasi di dunia. (<http://tekno.liputan6.com/read/3051109/jumlah-pengguna-internet-dunia-sentuh-38-miliar> diakses tanggal 14 oktober 2017) dan dari data yang di dapat di atas 59 persen beraktivitas di media social.

Masyarakat dunia tidak menggunakan internet hanya sekedar untuk mencari informasi dan meringankan bebannya dalam mengerjakan suatu hal, melainkan para penemu di dunia juga membuat berbagai macam aplikasi berbasis internet yang dibuat untuk menimbulkan efek kemudahan bagi manusia untuk menjalin komunikasi jarak jauh dengan orang yang kita kenal maupun tidak kita kenal. Sebut saja ada LINE, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya. Media social tersebut dapat digunakan dengan jaringan internet baik di telepon genggam maupun computer (PC). Kedatangan media social tersebut semakin memudahkan jalinan komunikasi yang hendak dilakukan tanpa terkendala tempat dan waktu, karena dapat digunakan kapan saja.

Menurut Van Dijk (2013) (dalam Nasrullah: 2016), media social adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi oengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan social. sedangkan Boyd (2009) (dalam

Nasrullah: 2016) menjelaskan media social sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas berkulpu, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Media social sendiri memiliki beberaa jenis yang bisa di bedakan, karena media social memiliki kegunaan dan keunikan masing masing sehingga dapat dibagi dalam beberapa jenis, demikian beberapa jenis media social menurut Nasrullah (Nasrullah, 2015: 40-46) antarlain :

1. Social Networking

Medium yang paling populer dalam kategori media social. medum ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan social, termasuk konsekuensi atau dari hubungan social tersebut, di dunia virtual. Contoh : Facebook, LinkedIn, dll

2. Blog

Media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Contoh : Blog

3. Microblogging

Jenis media social yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Contoh : twitter

#### 4. Media Sharing

Jenis media social yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh : Youtube, Flickr, Snapchat.

#### 5. Social Bookmarking

Media social yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Contoh : LintasMe.

#### 6. Wiki

Situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunaanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.

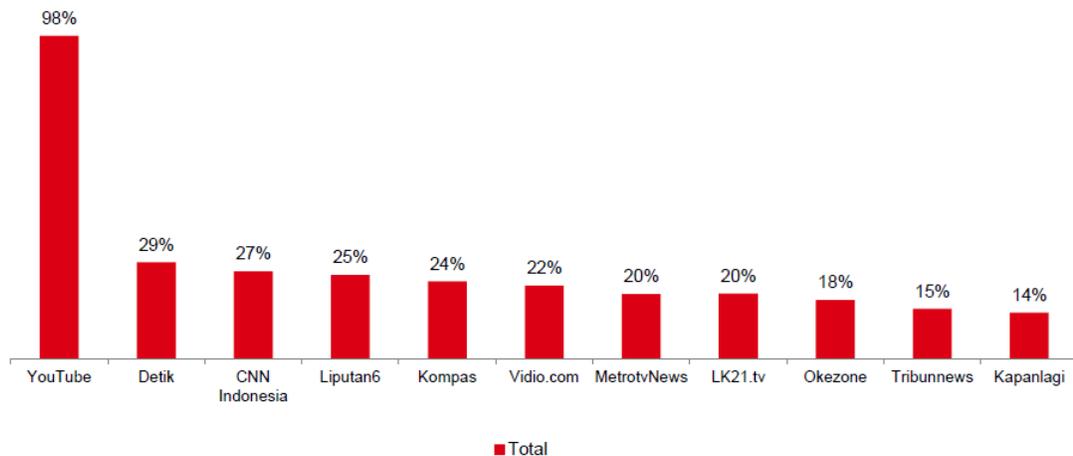
Dalam penelitian ini yang kita soroti adalah youtube sebagai platform yang dijadikan untuk membagikan video kepada khalayak penonton dan penikmat youtube. Diluncurkan pada bulan Mei 2005, YouTube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. YouTube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. YouTube merupakan salah satu perusahaan milik Google. YouTube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, YouTube

langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. Menurut Budiarto (dalam David, Sondakh, dan Harilama, 2017: 7) Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Menurut sebuah lembaga riset, Nielsen, mengatakan bahwa youtube menjadi platform nomor satu untuk menyaksikan video secara online, jauh meninggalkan platform lain.



## WHICH SITES/APPS DO THEY WATCH ONLINE VIDEOS?

YouTube is still the most accessed online video platform



Source: Nielsen Cross Platform report 2017

Act  
G93

**Grafik 1.1**

Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan

biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis (David, Sondakh, dan Harilama, 2017: 7)

Konten youtube yang sedang meledak beberapa tahun belakangan ini adalah Video Blogging atau biasa di sebut sebagai Vlog. Pada kaidahnya dalam sebuah Vlog youtuber atau pembuat konten bercerita tentang sesuatu atau membicarakan sebuah topic tertentu dalam waktu tertentu sama seperti menulis Blog, namun bedanya Vlog menggunakan media Video dan direkam secara langsung lalu masuk ke tahap editing dan baru di luncurkan dalam Youtube. Hal itu pun mulai merambah ke Indonesia dan mulai bermunculan youtuber – youtuber berbakat di Indonesia. Sebut saja SkinnyIndonesian24, Tim2one, Kittendust, dll. Mereka merubah sebuah cerita keseharian dengan beberapa sentuhan menarik untuk diluncurkan pada seluruh penikmat youtube.

Namun tentu khalayak penonton dari youtube bukanlah masyarakat yang homogen, yang selalu menyukai segala konten atau video yang ada dari seorang youtuber. Sehingga ketika ada sebuah konten yang dirasa tidak disukai oleh netizen,

bukan tidak mungkin aksi – aksi yang tidak diduga dilakukan para penonton. Salah satunya adalah memanfaatkan kolom komentar untuk meyerang para youtuber yang sudah meluncurkan videonya tersebut. Padahal sejatinya para youtuber sering memanfaatkan kolom komentar untuk mendengarkan kritikan dan masukan agar segala kontennya berkembang lebih baik lagi, namun malah banyak di jadikan sebagai tempat untuk mencaci dan memaki menggunakan kata kata yang tidak sebaiknya digunakan dan bahkan ada yang sampai membuat youtuber itu terganggu dan menegur orang yang menaruh komentar buruk tadi. Kasus ini merupakan masuk dalam golongan cyberbullying pada youtuber dengan mengirimkan kata kata kasar walaupun sang pengirim itu tidak mengerti kondisi asli dari youtuber itu.

Cyberbullying merupakan satu dari tindak kejahatan yang dilakukan melalui media social. istilah bullying sendiri merupakan tindakan negative yang dilakukan orang lain secara terus menerus atau berulang. Tindakan ini kerap kali menyebabkan korban tidak berdaya, terluka secara fisik maupun mental (Rigby, 2002:27).

Menurut Belsey (2005), cyberbullying adalah kesengajaan, perulangan perilaku, maupun kebiasaan negative dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, seperti e mail, pesan instan, serta situs personal oleh individu maupun kelompok dengan maksud menyakiti orang lain. Sedangkan menurut direktur *center for safe and responsible internet use* di amerika, Nancy Willard (2003) mendefinisikan cyberbullying sebagai sebuah fitnah, penghinaan, diskriminasi, pengungkapan informasi atau konten yang bersifat privasi dengna maksud

mempermalukan atau juga bisa dimaknai dengan komentar yang menghina, menyinggung secara vulgar. ( Nasrullah: 2016 ).

Menurut Willard yang di kutip dari Bernike (Santosa, 2017 : 3) dalam strategi coping pada korban cyberbullying, berikut beberapa bentuk cyberbullying :

1. Flaming

Flaming adalah perkelahian online menggunakan pesan elektronik dengan bahasa marah dan vulgar.

2. Harassment ( pelecehan )

Pelecehan disini dimaksudkan adalah melakukan pengiriman pesan berulang kali dengan pesan jahat, kejam, menghina.

3. Denigration ( pencemaran nama baik )

Pencemaran nama baik adalah mengirim gossip atau rumor tentang orang untuk merusak reputasi tentang orang untuk merusak reputasinya atau persahabatan.

4. Impersonation ( penyamaran)

Berpura pura menjadi orang lain dan memposting pesan untuk merusak reputasi atau persahabatan seseorang

5. Outing ( Penyebaran )

Penyebaran adalah ketika berbagi rahasia seseorang atau informasi melakukan foto atau video secara online.

6. Trickey (Tipu Daya)

Melakukan tipu daya atau saat berbicara kepada seseorang dengan tujuan memperoleh informasi untuk mengungkapkan informasi yang memalukan dan rahasia kemudian menyebarkannya dengan berbagi secara online.

7. Exclusion ( Pengecualian )

Pengecualian adalah erilaku sengaja berbuat jahat kepada seseorang dengan mengeluarkan atau mengucilkan salah satu anggota dari sebuah kelompok online.

8. Cyberstalking ( merendahkan )

Perilaku merendahkan oranglain dengan media elektronik agar korbannya merasa tidak berdaya dan mengalami ketakutan yang signifikan.

Dari beberapa bentuk dari cyberbullying di atas pasti para pengguna media social akan sangat akrab dengan berbagai bentuknya. Bila hanya menggunakan pengertian dari masing masing bentuk dari cyberbullying pasti masih belum merasa bahwa sering menemukannya sehari – hari karena pada hakikatnya cyberbullying tidak berwujud nyata, melainkan wujudnya tidak nyata. Mengapa dikatakan tidak nyata ? karena Cyberbullying biasanya terkandaung dalam setiap postingan, baik dalam bentuk tulisan, gambar, video atau yang lainnya. Berikut contoh dari cyberbullying yang sering dilihat :

## 1 Memberikan komentar yang berisikan amarah dan negatif



**Gambar 1.1**

Para pengguna media social atau netizen ikut memberikan komentar pada postingan seseorang di media social. namun postingan tanggapan tersebut berisikan hal yang jurstru bukan merupakan hal yang baik. Pada akhirnya akan menimbulkan masalah baru dengan adanya demikian.

## 2 Cyberbullying berupa pelecehan

aurelie.hermansyah

25m



♥ 16.513 menyukai

aurelie.hermansyah Natural 📸👉

Lihat semua 1079 komentar

imaah\_12 muka OPERASI PELASTIK nya keliatan bgt kalo kaya gini, hahahaha!!

merlinda\_Jin\_Jinzasilva Jelek bgt lo, blang aja klo lo operasi plastik, dasar telur dadar sekali bogem tetep bogem gembro...!

tatakinan Ternyata begini aslinya 🤔

Tambahkan komentar

**Gambar 1.2**

Sepertinya sudah tidak asing mengenai kasus di atas, melakukan pelecehan dengan menggunakan kolom komentar sebagai wadahnya juga termasuk tindakan cyberbullying dan efeknya pemilik akun di atas mulai memblok kolom komentarnya karena mulai gerah dengan aksi netizen yang tidak terpuji.

3 Menggunakan Gambar untuk menyindir individu tertentu.



**Gambar 1.3**

Dalam kasus seperti ini merupakan bentuk cyberbullying yang mengibaratkan individu tersebut setara dengan pahlawan yang tertera di mata uang tersebut, hal itu dilakukan guna untuk memermalukan orang yang di hina karena orang yang dihina dianggap merasa bahwa dirinya begitu berpengaruh pada kehidupan masyarakat banyak, namun kenyataannya masyarakat justru tidak menyukainya karena tingkahnya dianggap tidak penting.

Contoh – contoh di atas merupakan bentuk – bentuk cyberbullying yang sering kita lihat di laman berbagai media social. contoh dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam setiap kasus cyberbullying pasti ada objek yang di jadikan bahan untuk dikomentari dan di berikan pendapat. Pada penelitian ini peneliti mencoba mengangkat kasus Cyberbullying yang menimpa salah seorang public figure yang terjun ke dunia youtube dan cukup terkenal di Indonesia. Ahmad Kemal Palevi, adalah pemuda yang sudah tidak asing lagi bila namanya disebut di Indonesia. Terkenal dengan seni melawak tunggal yang absurd dan kemampuan berakting yang tidak perlu ditanya lagi. Kemal sendiri merupakan seorang lulusan dari institute kesenian Jakarta dan sudah banyak membintangi banyak film layar lebar dan mayoritas bergenre komedi. Berhasil merengkuh gelar juara ke 3 di ajang Stand Up Comedy Indonesia membuat Kemal tidak sulit untuk mendapatkan perhatian dari para khalayak Indonesia. Akhirnya Kemal pun mulai melebarkan sayapnya menuju dunia Vlog di platform youtube pada 23 maret 2013, dan sampai saat ini Kemal sudah mendapatkan 420 ribu Subscriber. Konten yang dimiliki ada berbagai macam,

dari sekedar Daily Vlog, Review, Talkshow dan bahkan Musik video yang ia buat sendiri.

Pada awal kiprahnya di dunia youtube Kemal mendapatkan banyak simpati, karena kaum milenial semakin mudah untuk menjangkaunya dan menikmati aksi kocak Kemal yang sering melakukan kolaborasi dengan youtuber youtuber lain yang tidak kalah lucunya dengan Kemal. Dengan #ISENGNYAKEMAL berhasil merebut hati anak muda untuk menjadi subscriberbnya, lewat konten bebas yang absurd membuat Kemal mencoba merambah ke dunia tarik suara juga dengan aliran Hip-Hop. Suster Maria 2k17, Yeezy, Cewek Kerdus, anjayyy, Tukang Pamer adalah beberapa single dari Kemal dan kolaborasi dengan Rapper ternama Indonesia, seperti Saykoji, Rayi Putra, Young Lex, dan sebagainya. Namun dengan munculnya lagu tersebut yang katanya “curahan Pikiran Kemal” sendiri malah menjadi boomerang bagi dirinya. Lagu yang dirinya buat seolah olah mengandung kata – kata yang merendahkan dan tidak layak untuk di publikasikan, karena dirinya digandrungi oleh anak remaja yang tidak bisa memfilter konten internet. (<https://www.bintang.com/celeb/read/2842027/kolaborasi-kemal-palevi-dan-young-lex-bikin-gerah-netizen> diakses pada 18 februari 2018) banyak netizen yang menganggap bahwa Kemal palevi tidak layak untuk menyanyikan sebuah lagu.

Vlog yang dirinya buat senduru pun tidak luput dari komentar negatif netizen. Pada sebuah kesempatan Kemal mengunjungi kediaman mantan presiden ke 3 Republik Indonesia, B.J Habibie. Pada Vlog tersebut, Kemal terkensan sangat akrab

dengan Pak Habibie, dengan opening melakukan “toss” ala pemain basket Kemal sudah mendapatkan kecaman bahwa dirinya tidak memberikan hormat pada mantan presiden Indonesia tersebut.



**Gambar 1.4**

Dalam Vlognya itu juga Kemal membawa dua pasang sepatu yang berbeda, sepatu pertama merupakan sepatu yang banyak dijual di pasaran dengan harga 1.6 juta rupiah sementara pasang sepatu yang lainnya merupakan produk sepatu yang dibuat di RRC dan dibandrol 95 juta rupiah. Pada vlognya tersebut terlihat bahwa Kemal membanting sepatu untuk menunjukkan betapa takjub dirinya pada sepatu seharga 95 juta tersebut di depan pak Habibie yang kelihatan hanya diam saja dan terlihat kebingungan dengan tingkah Kemal.



**Gambar 1.5**

Viralnya video tersebut banyak netizen yang mencibirnya, walaupun dengan bahasa halus maupun terang terangan, Kemal Palevi tetap harus menikmati serangan dari para netizen dengan berbagai macam bentuk komentar. Kebanyakan berkomentar bahwa perilaku Kemal yang tidak sesuai dihadapan Pak Habibie menjadi titik utama. Tidak mencerminkan anak muda yang baik, memanfaatkan popularitas, mencari perhatian dengan cara yang tidak lazim banyak melayang kepada Kemal dari netizen.

(<https://hype.idntimes.com/entertainment/siska-arifa/pamer-sepatu-95-juta-ke-bj-habibie-kemal-palevi-dicibir-c1c2/full> diakses pada 18 februari 2018)

Tidak hanya Vlog tersebut, melainkan konten semua Vlog Kemal Palevi lainnya menjadi bahan permasalahan dimana dirinya membuat Vlog Prank, yang artinya melakukan hal iseng untuk mendapatkan perhatian namun secara tidak langsung direkam dari titik buta. Kemal membuat video prank berjudul “Nanya

ukuran BH” dan seketika video itu tayang Kemal langsung mendapatkan hujatan yang sangat beragam dari netizen.

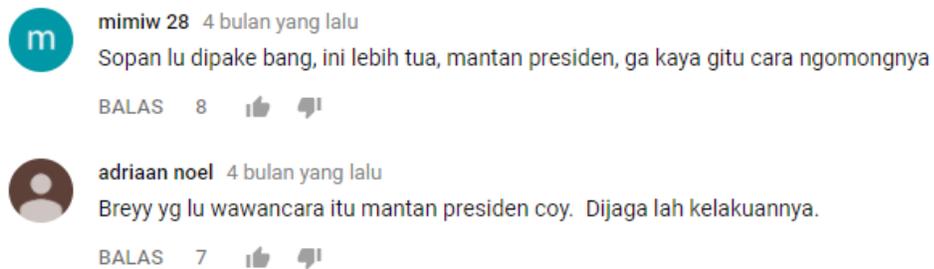
Berikut contoh cyberbullying yang terjadi yang di lontarkan pada Kemal Palevi pada vlognya :



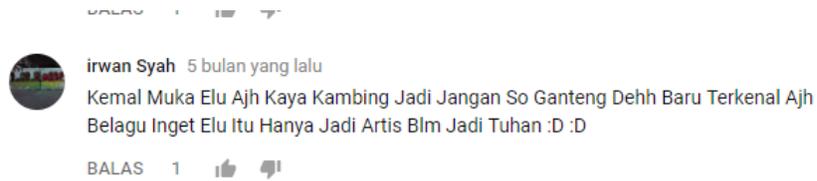
**Gambar 1.6**



**Gambar 1.7**



**Gambar1.8**



**Gambar 1.9**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kemajuan teknologi berhasil menghasilkan sebuah temuan yang sangat membantu kehidupan manusia, yaitu media sosial. Media social banyak sekali membawa dampak positif bagi masyarakat, namun secara mengejutkan juga memberikan dampak negatif. Pada umumnya bila kita menggunakan kemajuan teknologi dengan memperhatikan ukuran ukuran tertentu pasti kita bisa menghindari segala dampak negative dari kemajuan teknologi, namun bila kita mengabaikan peraturan dan kaidah kaidah penggunaan teknologi malah akan sebaliknya dan menjadi boomerang.

Dalam penelitian ini terdapat masalah yang terdapat pada media social. masalah ini timbul dari seorang vloger Indonesia yang sangat terkenal dan dapat dikatakan sebagai public Figure kenamaan indonesia. Kemal Palevi, saat diundang ke kediaman B.J Habibie dan dirinya mendapatkan kesempatan untuk melakukan Vlogging dengan pak Habibie. Namun sayang sekali, netizen justru melontarkan komentar negative karena Kemal dianggap tidak mencerminkan sikap yang pantas

didepan mantan presiden Republik Indonesia ke 3 itu, dan dirinya tidak mencerminkan anak muda yang memiliki perilaku yang baik, malah sebaliknya.

Sejatinya Kemal Palevi merupakan seorang influencer Vlogger yang membuat konten yang ingin menghibur para subscribarnya lewat video yang di buatnya. Namun masyarakat tetap saja menilai Kemal adalah salah seorang Public Figure yang tidak layak untuk mendapatkan dukungan dan fans yang besar karena aksinya yang tidak mencerminkan hal yang positif. Banyak masyarakat cenderung melakukan aksi cyberbullying di semua laman media social Kemal palevi dan kolom komentar dari setiap video yang di upload, Cyberbullying yang dilakukan oleh masyarakat pada Kemal Palevi sebenarnya merupakan masalah yang sangat besar sehingga peneliti ingin meneliti mengenai hal ini. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan intensitas menonton vlog Kemal Palevi dan Persepsi tentang vlog Kemal Palevi dengan Sikap Melakukan cyberbullying pada Kemal Palevi ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penulis ingin mengetahui apakah terdapat hubungan intensitas menonton vlog Kemal Palevi dan Persepsi tentang vlog Kemal Palevi dengan sikap melakukan cyberbullying pada Kemal Palevi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Akademis**

Seleluruh hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pengembangan studi Ilmu Komunikasi terutama dalam teori S-O-R dan teori Pengabungan Informasi dan juga kajian mengenai hubungan intensitas dan persepsi dengan sikap.

### **1.4.2 Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa ilmu komunikasi, mengenai hubungan intensitas menonton vlog Kemal Palevi dan persepsi vlog Kemal Palevi dengan Sikap cyberbullying terhadap Kemal Palevi.

### **1.4.3 Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru kepada masyarakat mengenai hubungan intensitas menonton vlog Kemal Palevi dan persepsi vlog Kemal Palevi dengan sikap cyberbullying pada Kemal Palevi.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 State Of the art**

No	Judul	Penulis	Metode	Teori	Kesimpulan
1	Motivasi, penggunaan dan kepuasan menonton Vlog	Ira Pratiwi	Kuantitatif	Uses and Gratification	Frekuensi dan durasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi hubungan

					motivasi dan kepuasan. Namun sedikit responden yang menggunakan vlog untuk menguatkan identitasnya
2	Pengaruh Tayangan VLOG di Sosial Media Youtube terhadap Minat membuat VLOG	Aldila Sofyan Jihad	Kuantitatif	Teori AIDDA	Disimpulkan dengan semakin banyak menonton vlog semakin menambah minat mahasiswa angkata 2013 untuk membuat VLOG sendiri
3	Pengaruh konten Vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi	Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Harilama	Kuantitatif	Teori Jarum Hipodermik.	Pengaruh konten Vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulang cukup besar sehingga terjadi perubahan sikap.
4	Fenomena Vlog di Youtube	Giri Hartomo	Kualitatif	Teori Fenomenologi Schutz	Ditemukan unsur fenomena dalam bentuk tindakan individu. Pemilihan vlog sebagai media

					publikasi merupakan hasil dari proses komunikasi yang terjadi dan factor teknologi yang mendukung mengakses internet dan juga bermunculannya kamera kamera canggih setiap harinya sehingga mempengaruhi tindakannya
5	Persepsi Mahasiswa tentang Situs Youtube Sebagai media popularitas seseorang	Itang Septian G	Kuantitatif	Teori S-O-R dan Teori Uses and gratification	Persepsi mahasiswa terhadap situs youtube masuk dalam kategori baik. Penilaian mahasiswa terhadap video terdapat dalam situs youtube termasuk dalam kategori cukup baik, penilaian mahasiswa tentang keingintahuan masuk dalam kategori baik, penilaian mahasiswa tentang keantusiasan masuk dalam kategori cukup

					baik dan penilaian mahasiswa tentang kekerapan masuk dalam kategori cukup baik
--	--	--	--	--	--

### 1.5.2 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 42), paradigma penelitian adalah pola hubungan antara variabel yang akan di teliti. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (positivistik), dimana paradigm positivistik selalu berupa melakukan penelitian dengan mengevaluasi satu hubungan antar variable dan hubungannya bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variable saja. Di dalam penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variable saja.

Dalam penelitian ini terdapat dua variable bebas dan satu variable terikat. Variable bebas yang pertama adalah terpaan menonton vlog Kemal Palevi, yang kedua adalah persepsi tentang vlog Kemal Palevi dan variable terikatnya adalah sikap melakukan cyberbullying pada Kemal Palevi.

### 1.5.3 Variable Bebas

#### 1.5.3.1 Intensitas

Menurut Ajzen (1991) intensitas merupakan suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan tindakan tertentu ( Frisnawati,2012:51). Seseorang yang melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah pada pola tindakan dan perilaku yang sama, yang didalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhannya. Sesuatu yang menyangkut tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas. Menurut Anderson (dalam Fikri, 2013:3) intensitas menonton diukur berdasarkan:

1. Frekuensi: Berapa kali menonton vlog Kemal Palevi
2. Durasi: Lama menonton vlog Kemal Palevi
3. Atensi: Perhatian yang diberikan ketika menonton vlog Kemal Palevi

Azwar ( 2000) menyatakan bahwa intensitas adalah kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu ( Frisnawati,2012:52). Chaplin menjelaskan tiga arti dari intensitas yaitu (1) satu sifat kuantitatif dari satu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya, (2) kekuatan sebuah tingkah laku atau sebuah pengalaman, (3) kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap. (chaplin 2009 : 253)

### **1.5.3.2 Persepsi**

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (sensory

stimuli). Persepsi ada kaitannya dengan sensasi, karena sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Desiderato,1976:129 dalam Rakhmat, 2011:50).

Persepsi sosial juga berhubungan dengan hal ini. Persepsi social merupakan suatu proses seseorang untuk mengetahui, menginterpretasikan dan mengevaluasi orang lain yang dipersepsi, tentang sifat – sifatnya, kualitasnya dan keadaan lain yang ada dalam diri orang yang dipersepsi, sehingga terbentuk gambaran mengenai orang yang dipersepsikan (Tagiuri dalam Walgito, 2003:56)

Dalam proses persepsi kenyataanya, proses tersebut bersifat continue, bercampur – baur dan bertumpang tindih satu sama lain. Kemudian berikut proses terjadinya persepsi (dalam Devito, 1997:75-76):

1. Terjadinya Stimulasi alat indra (Sensory Stimulation)

Pada tahap ini, organ – organ indera tubuh dirangsang, individu terlibat dalam persepsi selektif.

2. Stimulasi terhadap alat indra diukur

Pada tahap kedua, rangsangan alat indera tadi diatur menurut berbagai prinsip. Salah satu prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas (proximity), atau kemiripan: orang atau pesan yang secara

fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama sama atau sebagai satu kesatuan (unit).

### 3. Stimulasi alat indra ditafsirkan-dievaluasi

Merupakan proses subyektif yang melibatkan evaluasi di pihak penerima. Penafsiran-evaluasi kita tidak semata –mata didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, system nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya yang ada pada kita. (Devito, 1997:75-76)

## **1.5.4 Variable Terikat**

### **1.5.4.1 Sikap**

Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi social dan yang paling banyak didefinisikan. Sherif dan Sherif (1956) (dalam rakhmat 2008 : 39) mengemukakan ada yang menganggap sikap hanyalah sejenis motif sosiogenis yang diperoleh melalui proses belajar. Sementara Allport (1924) (dalam rakhmat 2008 : 39) melihat sikap sebagai kesiapan saraf (neural settings) sebelum memberikan respons. Secord & Backman (1964 dalam Saifuddin 2015 : 5) mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri

dalam situasi social, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli social yang telah terkondisikan.

Menurut Gerungan (1966) (dalam Walgito 2003 : 127) pengertian sikap itu dapat kita terjemahkan dengan kata sikap terhadap objek tertentu yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap mana disertai oleh kecenderungan bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi. Menurut Mar'at (1982), sikap merupakan suatu predisposisi kecenderungan, kesediaan seseorang untuk bereaksi atau bertingkah laku terhadap suatu objek tersebut. (dalam Mulyana 2002 : 314)

Dari berbagai definisi dapat menyimpulkan beberapa hal :

1. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.
2. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Menurut Sherif dan Sherif (1956) (dalam Rakhmat, 2008 : 40) sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari.

3. Sikap relative lebih menetap. Bagaimana studi menunjukkan bahwa sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami perubahan.
4. Sikap mengandung aspek evaluative: artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
5. Sikap timbul dari pengalaman; tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Oleh karena itu sikap dapat diperteguhkan atau diubah.

Berkaitan dengan hal – hal tersebut di atas pada umumnya pendapat yang banyak diikuti ialah bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:

1. Komponen kognitif ( komponen konseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal – hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap
2. Komponen afektif ( komponen emosional ), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap.
3. Komponen konotatif ( komponen perilaku ), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar

kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

## 1.5.5 Teori

### 1.5.5.1 Hubungan intensitas menonton Vlog Kemal Palevi dengan sikap cyberbullying pada Kemal Palevi

#### TEORI S-O-R

Dalam penelitian ini teori dasar yang digunakan adalah teori model S-O-R atau Stimulus – Organism – Response. Menurut Denis McQuail dan Steven Windhal (1984) (dalam Vera 2016:120-121), prinsip dasar teori stimulus respons, yaitu efek merupakan reaksi tertentu terhadap stimulus (rangsang) tertentu, sehingga orang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat antara isi pernyataan dengan reaksi audiens. Teori ini mempunyai 3 elemen utama, yaitu pesan (stimulus,S), penerima/khalayak/komunikan (organisma,O), dan efek (respons,R).

#### Model S-O-R



Dalam proses perubahan sikap, tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar – benar melebihi semula. Mengutip pendapat Carl Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam

menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

#### **1.5.5.2 Hubungan Persepsi vlog Kemal Palevi dengan Sikap cyberbullying pada Kemal Palevi**

##### **TEORI PENGGABUNGAN INFORMASI**

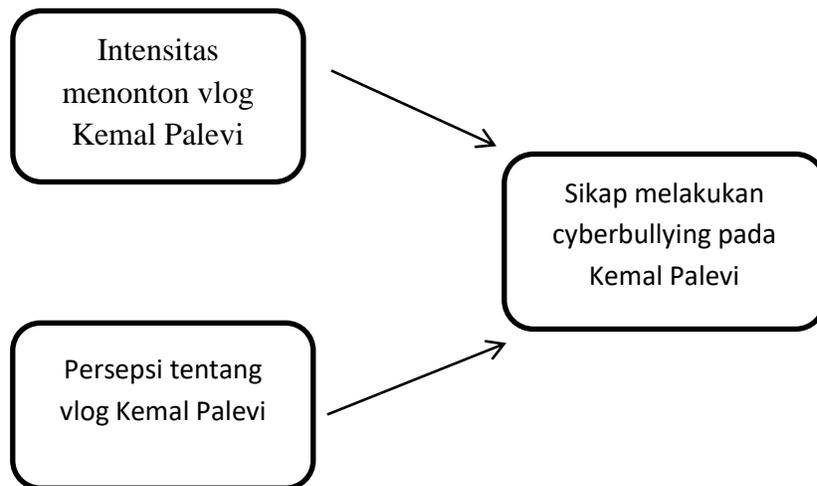
Pendekatan penggabungan informasi bagi pelaku komunikasi berpusat pada cara kita mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara positif atau negative. Pendekatan penggabungan informasi juga model yang paling populer untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Model ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan sebagai sebuah kekuatan system interaksi. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk mempengaruhi sebuah system kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap

sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman.

Terdapat 2 variable yang nampaknya memiliki peranan penting dalam mempengaruhi perubahan sikap. Pertama adalah valence atau arahan. Valence mengacu pada apakah informasi mendukung keyakinan anda atau menyangkal mereka. Variable kedua yang mempengaruhi dampak dan informasi adalah bobot yang anda berikan terhadap informasi tersebut. Bobot adalah sebuah kegunaan dari kredibilitas. Jika anda berfikir bahwa informasi tersebut adalah benar maka anda akan memberikan bobot yang besar pada informasi tersebut. Sehingga dapat di tarik satu pengertian adalah perubahan sikap terjadi karena informasi baru yang muncul dalam keyakinan, menyebabkan adanya perubahan dalam sikap atau karena informasi yang baru mengubah bobot atau valance pada sebetuk informasi. Jadi, valence memengaruhi bagaimana informasi memengaruhi system keyakinan anda dan bobot mempengaruhi seberapa banyak pengaruh itu bekerja. ( Littlejohn dan Foss, 2009:111)

### **1.5.5.3 Teori Pendukung Hubungan intensitas menonton vlog Kemal Palevi dan Persepsi tentang Vlog Kemal Palevi dengan sikap melakukan cyberbullying**

Attribution Approach merupakan pendekatan yang menekankan bagaimana individu memandang latar belakang komunikator yang menyampaikan pesan - pesan persuasi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikator memiliki peran penting dalam pembentukan sikap dari penerima pesan. Bila komunikator dianggap tidak memiliki kepentingan pribadi terhadap pesan yang disampaikan maka orang akan melihat pesan yang disampaikan didasarkan pada niat yang tulus (dalam Ramdhani, 2009:23). Hubungannya dengan penelitian ini adalah Kemal Palevi dalam Vlognya memberikan pesan – pesan yang cukup jelas, dan Ia bermaksud untuk memberikan pengetahuan pada para penonton vlognya mengenai pengalaman yang Ia dapatkan. Melalui pendekatan ini khalayak akan membentuk sikap dengan apa yang mereka saksikan dari Vlog itu. Bila Kemal melakukan satu atau dua hal maka akan membentuk sikap penonton, dan pada penelitian ini adalah sikap melakukan cyberbullying. Bila Kemal melakukan hal yang positif maka sikap dari khalayak pun akan positif, namun bila negative khalayak juga akan membentuk sikap yang negative juga. Namun positif dan negative merupakan persepsi atau pandangan dari masing masing individu.



## 1.6 Hipotesis

1.6.1 Terdapat hubungan antara intensitas menonton vlog Kemal Palevi (X1) dengan Sikap cyberbullying pada Kemal Palevi (Y).

1.6.2 Terdapat hubungan antara Persepsi vlog Kemal Palevi (X2) dengan sikap Cyberbullying pada Kemal Palevi (Y)

## 1.7 Definisi Konseptual

### 1.7.1 Intensitas menonton Vlog Kemal Palevi

Aktivitas yang dilakukan berisikan usaha khalayak cybermedia untuk mencari informasi mengenai Vlog Kemal Palevi yang dapat diukur dengan seberapa Frekuensi, durasi dan atensi saat menonton vlog di Youtube .

### **1.7.2 Persepsi tentang Vlog Kemal Palevi**

Pengalaman tentang Kemal Palevi oleh khalayak yang diperoleh dari informasi – informasi yang diketahui mengenai Kemal Palevi dan menafsirkan pesan – pesan informasi yang berasal dari Vlog yang dibuat dirinya.

### **1.7.3 Sikap cyberbullying pada Kemal Palevi**

Kecenderungan melakukan tindakan Cyberbullying setelah mendapatkan lalu mengetahui dan memahami pesan yang terdapat dari Informasi tentang Kemal Palevi.

## **1.8 Definisi Operasional**

### **1.8.1 Intensitas menonton Vlog Kemal Palevi**

Dapat di ukur dengan indikator :

1. Frekuensi rata rata dalam 1 bulan menonton Vlog
2. Durasi dalam menonton vlog
3. Perhatian yang diberikan saat menonton Vlog

### **1.8.2 Persepsi tentang vlog Kemal Palevi**

dapat diukur dengan indicator :

1. Gaya berpakaian Kemal dalam Vlog tidak menarik
2. Gaya berbicara atau *catchphrase* Kemal dalam vlog tidak menarik
3. Jokes yang ada di vlog Kemal Palevi tidak menghibur
4. Topik atau isu vlog diangkat dalam Kemal Palevi tidak menarik
5. Topic atau isu vlog diangkat dalam Kemal Palevi tidak mendidik

6. Topic atau isu yang diangkat dalam vlog Kemal tidak menginspirasi
7. Kreativitas *editing* vlog tidak menarik

### **1.8.3 Sikap Cyberbullying pada Kemal Palevi**

Dapat diukur dengan indikator :

1. Bersedia memberikan komentar buruk pada Kemal palevi di media social

## **1.9 Metodologi penelitian**

### **1.9.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah Eksplanatori. Eksplanatori sendiri merupakan tipe penelitian yang menguji hubungan kausalitas (sebab-akibat) antar variable berdasarkan teori yang di pakai.

### **1.9.2 Populasi**

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yag mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono,2012:90). Populasi dalam penelitian ini milenials berusia 17-34 tahun yang pernah menonton Vlog Kemal Palevi dengan jumlah yang tidak diketahui di Semarang.

### **1.9.3 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:91). Sampel dalam penelitian ini akan menjadi pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi

permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya. Sample penelitian ini akan di ketahui dari hasil menggunakan metode Pengambilan sampel teknik *Non Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2012:95). Jenis teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu (sugiyono 2012:96). Kriteria dalam penelitian ini adalah milenials berusia 17–34 tahun yang pernah menonton Vlog Kemal Palevi di youtube.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Karena jumlah sampel yang layak dalam penelitian menurut Roscoe (dalam sugiyono 2012: 102 – 103) adalah antara 30 – 500 orang. Sampel dengan batas 30 responden sudah dianggap memiliki tingkat stabilitas yang baik.

Pada penelitian ini, dalam menentukan sampel para calon responden akan di berikan pertanyaan *Screening*, guna mencari calon responden yang sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam penelitian ini.

Pertanyaan :

1. Apakah mengetahui Kemal Palevi ?
2. Apakah pernah menonton Vlog Kemal Palevi ?

#### **1.9.4 Jenis dan Sumber data**

##### **1.9.4.1 Data Primer**

Data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dan memberikan data langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:156). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner secara langsung oleh responden dan wawancara.

#### **1.9.4.2 Data Sekunder**

Data yang yang didapat secara tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat onglain atau lewat dokumen (Sugiyono 2012:156)

### **1.9.5 Alat dan teknik Pengumpulan Data**

#### **1.9.5.1 Alat pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan dan mencakup variable independen dan dependent.

#### **1.9.5.2 Teknik pengumpulan data**

Teknik yang digunakan adalah Kuisisioner (angket). Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responded untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:162)

### **1.9.6 Teknik Pengolahan Data**

#### **1.9.6.1 Editing**

Memeriksa ulang data yang sudah ada secara keseluruhan yang di ambil dari kuisisioner yang sudah disebar untuk mengetahui lengkap atau tidaknya jawaban serta melihat relevansi jawaban responden dengan yang peneliti maksud.

#### **1.9.6.2 Koding**

Mengklarifikasi jawaban para responden menurut jenis – jenisnya atau kode pokok tertentu dan biasanya dalam bentuk angka.

#### **1.9.6.3 Tabulasi**

Penyajian data kedalam table atau diagram agar lebih memudahkan dalam melakukan pengamatan dan evaluasi.

### **1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **1.9.7.1 Uji Validitas**

Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk degree of freedom  $(df)=n-k$  dengan alpha 0.05. apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tablenya dan nilai  $r$  positif, maka kuisisioner tersebut dikatakan valid, begitu pula sebaliknya (Ghozali 2011:53). Menurut tabel distribusi nilai R statistic

dengan tahap signifikansi 5% untuk 50 responden, yaitu sebesar 0,2787. Maka, jika  $r$  hitung menunjukkan nilai lebih dari 0.2787 instrumen penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan mengukur variable dalam penelitian.

#### **1.9.7.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran atau instrument dari suatu test tetap konsisten setelah dilakukan berulang – ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic Cronbach Alpha. Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60 (Nunally, 1994 dalam Ghozali 2011:48). Jika Cronbach mendekati 1 maka jawaban responden akan cenderung sama meskipun diberikan kepada orang lain dan bentuk pertanyaan yang berbeda.

#### **1.9.8 Analisis Data**

Analisis Kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif yaitu analisis menggunakan model – model seperti model matematika maupun model statistic. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka – angka yang kemudian dijelaskan kedalam bentuk uraian. Analisis

data kuantitatif menggunakan metode statistic yang sangat berguna untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian. Adapun alat ukur statistic yang dipakai untuk menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian ini rumus Chi-Square. Chi Square bertujuan untuk menguji hipotesis asosiatif atau hubungan ( kolerasi ) dan datanya berbentuk ordinal dan nominal (Sugiyono, 2012: 175). Uji Chi Square termasuk dalam penelitian asosiatif - hubungan yang ukuran korelasinya mensyaratkan variable dalam penelitian sekurang – kurangnya dalam skala ordinal dan nominal.