

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi semakin hari semakin pesat, hadirnya internet membentuk pola baru dalam komunikasi antar masyarakat. Pada dekade terakhir ini, media sosial menjadi media favorit untuk berinteraksi bagi setiap individu dan menjadi bagian hidup masyarakat yang sulit terpisahkan, karena media sosial menjadi salah satu platform media sosial yang memberikan kemudahan manusia untuk saling terhubung dengan orang dari berbagai belahan dunia, dan setiap orang dapat mengakses segala hal dari sumber manapun. Menurut Dan Laughey (2007) media tidak hanya sebagai pertukaran informasi, namun media mampu mempengaruhi seorang individu dalam berpikir, merasakan sesuatu, dan memberikan aksi (Karunia H et al., 2021). Dengan media sosial manusia dapat mengakses informasi dari berbagai sumber dari berbagai belahan dunia hanya dengan alat telekomunikasi yang ada di tangannya dimana pun ia berada dan kecepatannya dalam mengirimkan pesan pada yang dituju dengan menggunakan aplikasi terkait seperti Twitter, Instagram, Telegram, Facebook, dll. Media sosial merupakan proses kolaborasi dalam membentuk, menyebarkan, mengubah, dan menghancurkan informasi (Agustyani, 2019).

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary, menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini telah mencapai angka 82 juta orang dan menempati posisi ke-8 di dunia. Dari angka tersebut, 95% nya menggunakan internet untuk mengakses media sosial (Astuti, 2019). Data Indonesia *Digital Report 2020*, oleh *We Are Social & Hootsuite*, pertahun 2019-2020 pengguna internet di Indonesia naik 17% (25 juta) dari tahun sebelumnya, dengan penetrasi internet mencapai 64%, tercatat ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020. Angka pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 8,1% dari April 2019 ke Januari 2020, terdapat 160 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa berdasarkan populasi, jumlah pengguna internet terbanyak berada di Provinsi Jawa Barat sebanyak 16,4 juta, diikuti oleh Jawa Timur 12,1 juta pengguna dan Jawa Tengah sebesar 10,7 juta pengguna pada tahun 2013 (Marius, Anggoro, & King, 2015). 80% dari jumlah pengguna tersebut diantaranya merupakan remaja dengan kisaran usia 15-19 tahun (Kemenkominfo, 2013). Pada hakikatnya masa remaja adalah suatu periode yang penting, karena pada masa tersebut terjadi perubahan pada emosi, minat, peran, tubuh, serta nilai-nilai yang dianut sehingga dapat berdampak langsung pada individu yang bersangkutan. Remaja cenderung ingin mencoba gaya hidup yang berbeda serta memutuskan sendiri nilai, sifat, dan pola perilaku yang paling cocok dengan dirinya, termasuk saat mereka menggunakan internet dan berinteraksi melalui media sosial. Williams (2012) menyatakan bahwa remaja telah berkembang dengan kemajuan teknologi yang signifikan, banyak remaja saat ini yang tidak bisa lepas dari ponselnya yang berisi aplikasi sosial media seperti *twitter*, *instagram* dan *facebook*. Dalam laporan berjudul *Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital* itu, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial, dengan demikian angka penetrasinya sekitar 61,8 persen

Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan, selain menghibur tiktok menarik untuk digunakan karena terdapat konten-konten menarik dan beberapa fitur yang membebaskan seseorang dalam berekspresi seperti fitur filter unik yang menarik perhatian pengguna, fitur upload foto atau video, juga dilengkapi fitur *like* dan komentar. Fitur komentar yang disediakan ini dimaksudkan untuk individu saling berinteraksi, bertukar pikiran, atau hanya sekedar memberi semangat dan dukungan pada kreator konten tersebut. Namun nyatanya dibalik fakta menarik tentang tiktok, terdapat hal negatif yang terjadi. Kolom komentar yang seharusnya dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar individu, nyatanya tidak selalu berisi komentar

yang baik dan positif saja, melainkan juga diisi oleh komentar yang mengarah pada *hate speech*.

Masa remaja awal menjadi masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa remaja, yang pada masa ini ditandai individu yang mulai berusaha mengenal diri melalui eksplorasi dan penilaian karakteristik karakteristik psikologis diri sendiri sebagai upaya untuk dapat diterima sebagai bagian dari lingkungan (Steinberg & Morris, 2001). Pada era digital ini, sebagian besar remaja menggunakan media sosial sebagai media untuk eksistensi diri. Karena media sosial memudahkan untuk berhubungan satu sama lain tanpa batas waktu dan ruang. Penelitian Rahayu (2012) memperlihatkan 32 persen siswa mengatakan pernah melakukan *cyberbullying* dengan alasan mengisengi temannya dan media yang paling banyak digunakan adalah situs jejaring sosial. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kominfo dan Mabes Polri tindak kasus *hate speech* atau ujaran kebencian yang dilakukan para remaja tersebut yang terjadi di media sosial periode Januari–Juni tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 50% dibandingkan sepanjang tahun 2018 (Salesiano et al., 2021). Informasi pada media digital yang begitu beragam bentuknya, menjadikan individu harus memiliki kemampuan literasi digital, agar tidak terjerat dalam kesalahan-kesalahan yang dapat terjadi.

Ujaran kebencian siber dapat saja dilakukan oleh diri pribadi atau pun sekelompok orang yang membenci individu atau kelompok lainnya, bahkan dengan tujuan memengaruhi orang lain dan atau pun kelompok lainnya untuk merasakan hal yang sama yakni membenci serta berharap figure orang atau komunitas yang dibenci akan celaka, hina dan hancur kualitas dan harga dirinya (Mardianto, 2019). Penggunaan *hate speech* pada publik figur ternyata bukan lagi suatu hal yang jarang terjadi, melainkan sebaliknya. Salah satu contoh publik figur yang mendapat komentar kurang baik yaitu sebebgram tiktok bernama Sania Leonardo. Sania Leonardo merupakan selebgram yang aktif menggunakan platform tiktok dengan jumlah pengikut hingga saat ini mencapai 3.0M pengikut. Beragam *hate speech* muncul di kolom komentarnya dengan beragam masalah juga yang diangkat. Dalam video kontennya di tiktok, *hate*

speech dapat dilihat dari salah satu komennya yang berasal dari akun bernama @user6614365612560 yang berkomentar “ooohhh... bipolar... pantes aja teriak2 gk jelas Mulu.... gw br mau bilang tiati masuk RSJ”, selanjutnya juga terdapat dalam komentar dari akun @edwardo541 yang isinya “emang nya elu gak ada cantik cantiknya.... niat gak sih jadi Cewek #@Sania Leonardo gak banget deh kalau sempat pacaran sama kamu... OGAAAAAH”, dan masih banyak lagi.

Maka dari itu, melihat bahaya dan resiko yang mungkin dapat ditimbulkan dari *hate speech* tersebut, peneliti merasa bahwa penelitian mengenai *hate speech* di media sosial tiktok ini sangat penting untuk dikaji secara lebih mendalam, agar masalah *hate speech* di media sosial tiktok ini dapat ditangani dengan baik, melalui diketahuinya faktor yang mendorong individu melakukan *hate speech* serta bagaimana persepsi dan sikap dari netizen dalam menanggapi perilaku *hate speech*, sehingga diharapkan tidak ada lagi kasus *hate speech* yang tersebar di media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi *netizen* dalam melakukan *hate speech* di media sosial Tiktok?
2. Bagaimana persepsi dan sikap terhadap *hate speech* di media sosial Tiktok?
3. Bagaimana dampak *hate speech* di media sosial Tiktok ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna tiktok dalam melakukan tindakan *hate speech*.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis persepsi dan sikap *netizen* terhadap perilaku *hate speech* di media sosial Tiktok.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak *hate speech* di media sosial Tiktok terhadap *netizen*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau sumber rujukan baru bagi literatur mengenai *hate speech* di platform media sosial Tiktok.

b. Manfaat Praktis

- 1) **Bagi Peneliti**, penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana bentuk *hate speech* di media sosial tiktok, serta bagaimana pengaruh persepsi dan sikap netizen terhadap perilaku *hate speech* yang tersebar luas di media sosial.
- 2) **Bagi Masyarakat**, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengetahuan baru mengenai wujud *hate speech* yang sering terjadi di media sosial tiktok. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai media sosialisasi, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya yang dapat ditimbulkan dari perilaku *hate speech* sehingga dapat mengatasi dengan baik jika hal tersebut terjadi dikemudian hari.
- 3) **Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan atau literatur mengenai *hate speech* yang terjadi di media sosial tiktok yang dapat dijadikan sebagai sumber bahan bacaan khususnya bagi mahasiswa pendidikan sosiologi dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI).

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sebagai langkah untuk memudahkan dalam penyusunan skripsi ini bagi berbagai pihak yang terkait, maka peneliti sajikan skripsi ini dalam lima bab yang disusun berdasarkan penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini peneliti akan memaparkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi yang peneliti laksanakan pada penelitian sebagai dasar utama penelitian.

- BAB II :Tinjauan pustaka, pada bab ini peneliti akan menguraikan dokumen atau data yang berkaitan dengan fokus penelitian, kerangka pemikiran peneliti, serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan peneliti.
- BAB III : Metode penelitian, pada bab ini akan memaparkan desain penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan yang digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh perilaku *hate speech* di media sosial tiktok terhadap persepsi dan perilaku pengguna media sosial (nitizen).
- BAB IV : Temuan dan pembahasan, pada bab ini peneliti memaparkan hasil analisis data yang telah terkumpul, yaitu menganalisis pengaruh perilaku *hate speech* di media sosial tiktok terhadap persepsi dan perilaku pengguna media sosial (nitizen).
- BAB V :Simpulan, implikasi, dan rekomendasi, dalam bab ini peneliti melalui hasil analisis data yang telah dilakukan dalam temuan peneliti, mencoba memberikan simpulan dan saran sebagai rekomendasi atas permasalahan yang telah diidentifikasi dan dikaji dalam penelitian skripsi.