BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Media sosial menjadi salah satu platform aplikasi yang didalamnya terdapat berbagai macam fitur yang menjadi keunggulan serta kelebihan untuk penggunanya. Dalam (Agustyani, 2019) Media sosial merupakan proses kolaborasi dalam membentuk, menyebarkan, mengubah, dan menghancurkan informasi. Media sosial dapat mengumpulkan sejumlah informasi dan pengetahuan. Dalam media sosial dapat dengan mudah individu atau kelompok dalam membuat, menyebarkan, sampai meng *update* suatu informasi. Adapun jenis-jenis media sosial yang ada di Indonesia yaitu *whatsapp, line, instagram, facebook*, dan sebagainya.

Selayaknya aplikasi media sosial yang menghibur, instagram ini menarik untuk digunakan dikarenakan terdapat beberapa fitur didalamnya yang membebaskan seseorang dalam berekspresi seperti fitur upload photo *feed, insta story, reels*, dan juga komentar serta *like*. Fitur komentar dalam instagram ini nyatanya memungkinkan pengguna untuk bisa saling berinteraksi dengan menanyakan kabar, memuji, memberikan *support*, dan berkomentar baik lainnya.

Berdasarkan pada artikel yang dikutip oleh Agustyani (2019) mengatakan bahwa salah satu faktor yang membuat instagram menjadi platform media sosial terbaik itu dikarenakan instagram memungkinkan penggunanya untuk mempunyai *branding* melalui foto dan juga video yang nyatanya jauh lebih efektif dibanding dengan media sosial lainnya. Ini yang menjadikan instagram menjadi aplikasi yang menarik. Seseorang dapat dengan bebas menggambarkan hal-hal yang terjadi di hidupnya kedalam sebuah platform untuk berbagi kebahagiaan atau manfaat bagi orang lain.

Instagram sebagai media sosial yang menarik dikuatkan oleh fakta yang dilansir dari katadata.com, bahwasanya per bulan juli 2021 Indonesia menempati peringkat keempat negara dengan pengguna instagram terbanyak dengan total sebanyak 93 juta pengguna. Tidak hanya itu, fakta tersebut diperkuat kembali oleh artikel yang dilansir oleh berita satu.com bahwa nyatanya instagram juga masuk dalam kategori media sosial paling populer di Indonesia sepanjang 2020-2021

Aprilia Sulistiyani Amanah, 2022
PENGARUH PERILAKU HATE SPEECH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP SIKAP DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL (TERHADAP NETIZEN DI KOLOM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM @RACHELVENNYA)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan berada di peringkat ketiga dengan persentase kenaikan 70-80% berdasarkan pada data yang didapatkan oleh hasil survey yang dilakukan oleh GWI *(Global Web Index).* Selain fakta-fakta tersebut, *Microsoft* membagikan hasil survey DCI *(Digital Civility Index)* bahwasanya dalam periode April-Mei 2020, berdasarkan pada data responden yang berasal dari 32 negara, Indonesia merupakan negara dengan tingkat kesopanan *netizen* terendah dengan berada di rangking 29 dari 32 negara.

Namun, nyatanya dibalik fakta menarik instagram yang terdapat berbagai fitur serta kelebihan didalamnya, terdapat hal negatif yang terjadi. Kolom komentar instagram yang seharusnya digunakan sebagai jembatan dalam berinteraksi jarak jauh antar individu nyatanya tidak selalu diisi dengan komentar yang baik dan positif saja, melainkan mengarah pada *hate speech* . Ini menjadi salah satu dampak negatif yang didapatkan dari internet seperti yang dipaparkan oleh (Azhar & Soponyono, 2020). Selain itu dalam (Palupi, 2019) juga menyebutkan bahwa dampak negatif yang lebih besar dari media sosial ini jika tindakan *hate speech* ini dibiarkan terus menerus ditakutkan adanya penggiringan opini yang menyudutkan salah satu pihak saja.

Fakta lain mengenai *hate speech* ini dilengkapi juga dengan survey secara global yang dilakukan oleh *Microsoft* mengenai kesopanan digital sepanjang tahun 2020 yang menunjukkan bahwa *hate speech* nyatanya mengalami kenaikan sebesar 4% pada tahun 2020. Berdasarkan pada fakta ini, dapat dikatakan bahwa *hate speech* ini merupakan persoalan yang serius dan perlu diatasi bersama.

Dalam menyebutkan *hate speech* tentu saja terdapat indikator sebagai tolak ukur suatu komentar dapat dikatakan *hate speech*. Penghinaan, penistaan, pencemaran nama baik, provokasi, menghasut, perbuatan tidak menyenangkan, serta berita bohong atau *hoax* merupakan indikator-indikator *hate speech* (Mustofa, 2019). Jika dalam suatu komentar terdapat salah satu indikator tersebut, dapat dipastikan bahwa komentar tersebut termasuk bagian dari *hate speech*.

Dilansir dalam kompas.com yang tayang pada tanggal 4 mei 2021 berdasarkan pada hasil penyelidikan jajaran Ditredkrimus Polda Metro Jaya menunjukkan bahwa instagram menduduki urutan pertama platform media sosial yang sering digunakan untuk menyebarkan berita *hoax* dan *hate speech* selama

April sampai dengan Mei 2020. Dalam hasil penyelidikan tersebut, instagram menduduki peringkat pertama dengan total 179 tindakan *hate speech* . Dilansir dalam tirto.id, Walters et.al menyebutkan bahwa seseorang yang melakukan *hate speech* bukan lah sekedar iseng belaka melainkan adanya prasangka buruk terhadap orang atau suatu kelompok tertentu. Terbentuknya prasangka ini berasal dari sosialisasi lingkungan sekitar baik keluarga, sekolah, teman, dan sebagainya. Faktor lainnya yang membuat mereka melakukan *hate speech* adalah dengan adanya balas dendam atau dorongan rasa kecewa terhadap objek.

Penggunaan *hate speech* ini seringkali menyerang publik figur yang notabene memiliki pengikut atau jumlah followers yang lumayan banyak dan dikenal oleh masyarakat secara luas. Dalam (Khair, 2021) disebutkan bahwa publik figur adalah sosok yang dikenal secara luas oleh masyarakat umum yang biasa digunakan untuk menyebut artis, penyanyi, pemain sinetron, selebgram, dan sebagainya yang terjun di dunia *entertainment*.

Penggunaan *hate speech* di kalangan publik figur ternyata bukan lagi menjadi suatu hal yang jarang terjadi, melainkan sebaliknya. Banyak sekali contoh publik figur yang mengalami *hate speech* oleh pengguna media sosial yang salah satunya adalah selebgram Rachel Vennya. Rachel Vennya merupakan seorang publik figur yang aktif di platform media sosial instagram dengan jumlah *followers* hingga saat ini sebanyak 6,8 juta *followers*. Hal ini membuat Rachel Vennya dikenal banyak oleh masyarakat dan sering menjadi bagian dari korban *hate speech* yang dilakukan oleh pengguna media sosial Indonesia. Munculnya komentar *hate speech* di kolom komentar instagram miliknya pun dikarenakan oleh berbagai kontroversi yang telah dilakukannya yaitu mulai dari perceraian, lepas hijab, sampai pada masalah kabur dari kewajiban karantina. Berbagai kontroversi tersebut semakin membuat Rachel Vennya menjadi sorotan publik.

Pengingkaran kewajiban karantina mandiri oleh Rachel Vennya ini membuat seluruh masyarakat Indonesia geram. Di masa pandemi saat ini, karantina merupakan salah satu kewajiban yang harus dipatuhi bersama. Maka dari itu, mangkirnya Rachel Vennya untuk karantina mandiri membuat bukan hanya *hate*rs yang meradang, melainkan seluruh masyarakat Indonesia. Maka dari itu, hal ini menguatkan alasan peneliti untuk menjadikan Rachel Vennya sebagai

subjek dari penelitian.

Dalam potret di media sosial instagram @rachelvennya, *hate speech* dapat dilihat dari komentar salah satu postingan *feed* instagram @rachelvennya yang meng *upload* fotonya bersama dengan sang kekasih. Kolom komentar tersebut dipenuhi dengan komentar *hate speech* yang salah satu komentarnya berasal dari akun @syfsblaaa yang berkomentar "GAK MIKIR TOLOL" dan juga "JANDA PEREK", potret *hate speech* selanjutnya juga terdapat dalam komentar akun @puspita_siedarta yang berisi "maksiat mulu. Malu atuh sama anak". Tidak hanya itu, *hate speech* lain yang dilontarkan melalui kolom komentar instagram nya juga datang dari pemilik akun @andi_ulfayanti29 yang berkomentar "udah diapain aja?" dan masih banyak lagi.

Dalam menggunakan media sosial, pengguna diharapkan dapat menggunakan dengan sebaik mungkin dan menyadari akan hal-hal positif dan negatif yang ada di media sosial instagram. Berbicara mengenai kesadaran, dalam bermedia sosial, tentu terdapat konsekuensi yang diterima baik positif maupun negatif. Dalam beberapa platform bahkan mempunyai batasan umur tertentu untuk bisa membuat akun dan mengaksesnya. Kesadaran ini tidak luput juga pada kesadaran terhadap perilaku *hate speech* yang ada di instagram.

Sebelum melakukan *hate speech* khususnya pada publik figur, seharusnya pengguna paham akan akibat yang dapat terjadi perihal perilaku *hate speech* yang dilakukannya. Komentar-komentar *hate speech* yang dikeluarkan tanpa disadari akan mendatangkan efek bagi mereka sebagai pelaku maupun bagi korban. Bagi pelaku, mengenai permasalahan *hate speech* ini sudah terdapat aturan dalam KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana) yang diatur dalam pasal 310, 311, 315, 317, dan 318 KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana) (Mawarti, 2018). Tidak hanya itu, pelaku *hate speech* juga akan menjalani hukuman pidana sesuai dengan UU ITE tahun 2008 Pasal 28 ayat 2 yang berlaku dimana seperti yang sebelumnya pernah terjadi pada Ahmad Dhani pada tahun 2017 yang menimbulkan keresahan di media sosial mengenai postingannya dan terbukti dinyatakan melanggar UU ITE Tahun 2008 Pasal 28 ayat 2 yang membuatnya harus menjalani hukuman selama 1 tahun 6 bulan penjara (Pakpahan, 2021).

Sedangkan bagi korban, tindakan *hate speech* ini nyatanya dapat menimbulkan efek depresi, diskriminasi, krisis percaya diri, konflik sosial, hingga pada kematian (Hendrawati, 2021). Melihat pada urgensi lainnya, dalam (Sumardiana, 2018) disebutkan bahwa selain terdapat dalam KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana), tindakan *hate speech* nyatanya juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai larangan untuk dengan sengaja menyebarkan penghinaan dan atau pencemaran nama baik. Dengan mengetahui tingkat kesadaran *netizen* terhadap perilaku *hate speech*, diharapkan dapat membantu untuk memperbaiki kondisi ini.

Maka dari itu, melihat pada bahaya serta resiko yang ditimbulkan oleh *hate speech* yang berakibat baik pada pelaku dan juga korban, serta adanya pasal khusus yang mengatur tindakan *hate speech*, hal ini menandakan bahwa permasalahan *hate speech* ini merupakan permasalahan yang serius. Peneliti merasa bahwa penelitian mengenai *hate speech* di media sosial instagram ini sangat penting untuk dikaji secara lebih mendalam agar permasalahan *hate speech* di media sosial instagram ini bisa dapat diatasi dan ditangani dengan baik, melalui diketahui nya sumber faktor pendorong perilaku *hate speech* serta bagaimana pengaruh sikap *netizen* dalam menggunakan instagram sehingga diharapkan tidak ada lagi kasus *hate speech* yang bertebaran di media sosial instagram.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

a. Bagaimana bentuk-bentuk ujaran kebencian yang terdapat dalam kolom komentar instagram @rachelvennya?
b. Bagaimana pengaruh perilaku *hate speech* terhadap sikap *netizen* dalam menggunakan media sosial ?
c. Apa saja faktor yang melatarbelakangi pengguna media sosial instagram dalam melakukan *hate speech* di kolom komentar akun instagram @rachelvennya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana potret *hate speech* yang terjadi di media sosial instagram. Mulai dari faktor penyebab, contoh *hate speech* yang beredar, serta pengaruh sikap *netizen* ketika menggunakan media sosial terhadap *hate speech*. Selain itu, dalam

penelitian ini juga terdapat tujuan khusus yang menyertainya, disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, yakni:

a. Mengetahui bagaimana bentuk-bentuk serta indikator *hate speech* dalam kolom komentar akun instagram @rachelvennya.
b. Mengetahui pengaruh perilaku *hate speech* terhadap sikap *netizen* dalam menggunakan media sosial.
c. Mengetahui apa saja faktor-faktor yang melatarbelakangi pengguna media sosial instagram melakukan komentar *hate speech* di kolom komentar akun instagram @rachelvennya.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

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

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti, penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana potret *hate speech* di media sosial instagram, serta bagaimana pengaruh sikap *netizen* terhadap perilaku *hate speech* yang ada.

2) Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengetahuan baru mengenai potret *hate speech* yang sering terjadi di media sosial instagram. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat sebagai media sosialisasi sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya *hate speech* sehingga dapat mengatasi permasalahan *hate speech* di media sosial.

3) Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan atau literatur baru mengenai *hate speech* yang dapat dijadikan sebagai bahan bacaan khususnya bagi mahasiswa pendidikan sosiologi dan umumnya bagi mahasiswa UPI.

1.5. Struktur Organisasi

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti memasarkannya ke dalam 5 bab dengan ketentuan sebagai berikut:

BAB I, Pada bab satu, peneliti menuliskan pendahuluan yang didalamnya berisi mengenai latar belakang masalah penelitian yang akan peneliti angkat,

rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, serta manfaat baik secara praktis maupun teoritis.

BAB II, Pada bab dua, peneliti menuliskan kajian pustaka yang didalamnya berisi teori yang akan digunakan, definisi operasional mengenai variabel penelitian, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian peneliti.

BAB III, Pada bagian bab tiga, peneliti menuliskan rangkaian metode penelitian yang didalamnya berisi desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, pengumpulan data, analisis data, beserta isu etik.

BAB IV, Pada bagian bab empat, peneliti menuliskan hasil dari temuan penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil temuan penelitian yang dibahas secara rinci dan dikaitkan pada teori serta definisi operasional yang sebelumnya telah dituliskan.

BAB V, Pada bagian bab lima, peneliti menuliskan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dan juga saran mengenai penelitian yang telah dilakukan.