

Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISKA Banjarbaru Angkatan 2019

**Muhammad Bagus Adi Putra, Sanusi Pembimbing 1, Laila Qadariah
Pembimbing 2**

Program Studi Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NPM.17110062

Program Studi Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN. 0019056202

Program Studi Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN. 1129097201

E-mail: m.bagusadiputra.2015@gmail.com

Website: Uniska-bjm.ac.id

ABSTRAK

Muhammad Bagus Adi Putra, NPM. 17110062 “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISKA Banjarbaru Angkatan 2019. Bimbingan Bapak Dr. Ir H. Sanusi M.I.Kom sebagai pembimbing utama dan Ibu Laila Qadariah, S.Sos., M.I.Kom sebagai Co. pembimbing.

Rumusan masalah dalam penelitian ini pertama adalah : Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku *Cyberbullying* pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi FISIP UNISKA MAB angkatan 2019 Banjarbaru, dan yang kedua adalah mengapa beberapa pengguna media sosial Instagram masih melakukan tindakan *cyberbullying*.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Data dikumpulkan dengan pembagian kuisioner yang diambil secara random setelah terkumpul. Sampel ditentukan dengan rumus taro yemene. Analisis data menggunakan statistik uji chi square dalam perhitungannya dengan bantuan program ibm spss statistic 20.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan nilai $0,114 > 0,05$ maka artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi uniska banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan. Berdasarkan teori *uses and gratification* para responden memiliki otonomi penuh terhadap media yang digunakan. Hal ini berarti para responden memiliki hak penuh terhadap media sosial Instagram digunakan untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing seperti. Mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, melakukan transaksi, dan mendapatkan berbagai kesenangan.

Kata Kunci : Cyberbullying, Instagram.

ABSTRACT

Muhammad Bagus Adi Putra, NPM. 17110062 *“The Influence of Instagram Social Media on Cyberbullying Behavior in UNISKA Banjarbaru Communication Studies Students Batch 2019. The guidance of Mr. Dr. Ir H. Sanusi M.I.Kom as the main supervisor and Mrs. Laila Qadariah, S.Sos., M.I.Kom as Co. mentor.*

The formulation of the problem in this study first is: How is the influence of the use of Instagram social media on Cyberbullying behavior in students of the 2019 Banjarbaru FISIP UNISKA MAB communication science study program, and the second is why some Instagram social media users still carry out cyberbullying actions.

The research method uses a quantitative approach with descriptive research type. Data were collected by distributing questionnaires which were taken randomly after being collected. The sample was determined by the yemene taro formula. Data analysis used the chi square test statistic in its calculations with the help of the ibm spss statistic 20.0 program for windows.

The results showed a value of $0.114 > 0.05$, which means that there is no significant influence between Instagram social media and cyberbullying behavior in Uniska communication science students batch 2019. Based on the uses and gratification theory, the respondents have full autonomy over the media used. This means that respondents have full rights to Instagram social media which is used to meet their respective needs such as. Getting information, communicating, making transactions, and getting various pleasures.

Keyword : Cyberbullying, Instagram.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Media sosial unggul dalam memberikan kecepatan informasi sehingga membuat penggunaannya semakin dinamis dan adaptif. Dalam sosial media Instagram kebanyakan mahasiswa melakukan presentasi diri dengan mengubah bentuk diri atau mempercantik foto dan bahkan ada yang menuliskan identitas berbeda dari aslinya untuk mendapatkan kesan yang mereka inginkan (Nastiti, Dian, 2018:35). Media sosial menjadi media utama untuk mendapatkan berbagai informasi penting, seperti, Twitter, Instagram, Tiktok, Facebook, dll.

Situs media sosial dipercaya sebagai salah satu penyebab utama maraknya cyberbullying. Tosun mengatakan cyberbullying terutama sering terjadi melewati e-mail, panggilan telepon, dan pesan teks. Meskipun beberapa korban cyberbullying bercerita dengan orang lain tentang pengalaman mereka mendapatkan perilaku cyberbullying, sebagian besar pelaku cyberbullying tidak menceritakan tentang perlakuan berbahaya mereka kepada orang lain. Korban sering tidak tahu cyberbully dan mengabaikan cyberbullying ketika itu terjadi (Tosun, 2016:137)

Cyberbullying merupakan perlakuan seseorang atau sekelompok orang terhadap seseorang melalui text, gambar/foto, atau video yang cenderung merendahkan dan melecehkan (Hidajat dkk, 2015:80). Dia juga menambahkan apabila cyberbullying dapat dilaksanakan oleh pelaku menggunakan media seperti chat room, pesan text, panggilan telpon, gambar video, e-mail, Instant Messaging (IM), Situs Sosial Media, dan website.

Dengan banyaknya tindakan cyberbullying melalui media sosial Instagram, peneliti merasa tertarik untuk meneliti pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku cyberbullying pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Kalimantan Angkatan 2019 Banjarbaru.

2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perilaku cyberbullying pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNISKA MAB Angkatan 2019 Banjarbaru ?

2. Mengapa beberapa pengguna media sosial Instagram masih melakukan tindakan cyberbullying ?

3. Batasan Masalah

1. Variabel penggunaan media sosial yaitu mahasiswa yang menggunakan media sosial Instagram.

2. Variabel perilaku cyberbullying yaitu mahasiswa yang melakukan tindakan cyberbullying.

4. Tujuan

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku cyberbullying pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UNISKA MAB Angkatan 2019 Banjarbaru. Dan mengetahui mengapa beberapa pengguna media sosial Instagram masih melakukan tindakan cyberbullying.

5. Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal yang sama.

b. Secara Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa agar memanfaatkan media sosial Instagram dengan baik.

2. Diharapkan untuk selalu beretika dalam menggunakan media sosial.

B. METODOLOGI

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian Pendekatan penelitian yang dipakai peneliti didalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8), Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif atau metode survey. Menurut Nazir didalam (Marchelia, 2014:136) tujuannya yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang ingin diteliti oleh peneliti adalah Kampus Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari. Mahasiswa Komunikasi Angkatan 2019 Banjarbaru

4. Populasi Dan Sampel

a. Populasi Menurut (Sugiyono, 2016:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang menjadi target penelitian dalam penelitian ini yakni mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019 Banjarbaru sebanyak 73 orang. Populasi ini didapatkan dari Jumlah mahasiswa aktif Reguler Banjarbaru dan Non Reguler Banjarbaru Uniska Angkatan 2019.

b. Sampel Menurut (Sugiyono, 2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga jika populasi penelitian tergolong besar dan memiliki banyak anggota, peneliti tidak mungkin mempelajari 32 semua yang ada pada populasi sehingga diputuskan untuk mengambil sampel dari populasi.

Dalam penelitian ini sample yang akan diambil berasal dari jumlah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019 Banjarbaru. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Taro Yamene yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N d^2}{2 + d^2}$$

$$n = \frac{73 \cdot 0,1^2}{2 + 0,1^2}$$

$$n = 3,173$$

n = 42,19 dibulatkan menjadi 42 orang
 N: Ukuran populasi
 n : Ukuran sampel
 d : Presesi yang diketahui (Peneliti menentukan sebesar 10%)
 1 : Angka konsta

C. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner Sugiyono (2016:142) mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik 33 pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk mendapatkan jumlah sampel yang cukup, kuesioner akan disebar secara online menggunakan google form. Dan data akan diambil secara random.

b. Uji Validasi Menurut Sugiono (2016:267) merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Menguji validitas menggunakan teknik analisis faktor yang dikembangkan dalam SPSS yang dipakai untuk menggambarkan pengaruh variabel. Uji validitas ini menggunakan rumus korelasi Product Moment dan Pearson.

c. Uji Reliabilitas Menurut Sugiyono (2016:268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Karena realibilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama

dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama pula. Untuk melihat reliabilitas masing masing instrument yang dipakai, peneliti memakai koefisien cornbach alpha (a) dengan menggunakan SPSS.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Variabel Penggunaan Internet Media Sosial Instagram (X)

Menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
Valid TS	9	21.4	21.4	21.4	2,93
S	27	64.3	64.3	85.7	
SS	6	14.3	14.3	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama tentang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi, paling banyak sebesar 64,3% atau 27 responden menyatakan setuju, 14,3% atau 6 responden menyatakan sangat setuju, dan 21,4% atau 9 responden menyatakan tidak setuju.

Menggunakan Fitur Instagram hastag untuk mempermudah mengakses sesuatu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
Valid TS	3	7.1	7.1	7.1	3,17
S	29	69.0	69.0	76.2	
SS	10	23.8	23.8	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedua tentang menggunakan fitur Instagram hastag mempermudah mengakses sesuatu, paling banyak sebesar 69% atau 29 responden menyatakan setuju, 23,8% atau 10 responden menyatakan sangat setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan tidak setuju.

Aktif menggunakan media sosial Instagram.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
Valid STS	1	2.4	2.4	2.4	3,10
TS	3	7.1	7.1	9.5	
S	29	69.0	69.0	78.6	
SS	9	21.4	21.4	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan ketiga tentang aktif menggunakan media sosial instagram, paling banyak sebesar 69% atau 29 responden menyatakan setuju, 21,4% atau 19 responden menyatakan sangat setuju, 7,1% atau 3

responden menyatakan tidak setuju, dan 2,4% atau 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Menggunakan Instagram lebih dari 2 jam dalam 1 hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	2	4.8	4.8	4.8	3,05
TS	5	11.9	11.9	16.7	
Valid S	24	57.1	57.1	73.8	
SS	11	26.2	26.2	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan keempat tentang Menggunakan Instagram lebih dari 2 jam dalam 1 hari, paling banyak sebesar 57,1% atau 24 responden menyatakan setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan sangat setuju, 11,9% atau 5 responden menyatakan tidak setuju, dan 4,8% atau 2 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Membagikan foto atau video menarik di Instagram.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	1	2.4	2.4	2.4	3,02
TS	7	16.7	16.7	19.0	
Valid S	24	57.1	57.1	76.2	
SS	10	23.8	23.8	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kelima tentang Membagikan foto atau video menarik di Instagram , paling banyak sebesar 57,1% atau 24 responden menyatakan setuju, 23,8% atau 10 responden menyatakan sangat setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 2,4% atau 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tidak memperdulikan peraturan yang berlaku di Instagram.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	4	9.5	9.5	9.5	2,64
TS	14	33.3	33.3	42.9	
Valid S	17	40.5	40.5	83.3	
SS	7	16.7	16.7	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan keenam tentang tidak memperdulikan peraturan yang berlaku di Instagram, paling banyak sebesar 40,5% atau 17 responden menyatakan setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan sangat setuju, 33,3% atau 14 responden menyatakan tidak setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Berkomunikasi menggunakan fitur *Direct Message*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
TS	4	9.5	9.5	9.5	3,10
Valid S	30	71.4	71.4	81.0	
SS	8	19.0	19.0	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan ketujuh tentang berkomunikasi menggunakan fitur *direct message*, paling banyak sebesar 71,4% atau 30 responden menyatakan setuju, 19% atau 8 responden menyatakan sangat setuju, 9,5% atau 4 responden menyatakan tidak setuju.

Dengan fitur comment di Instagram mengomentari postingan pengguna lainnya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	1	2.4	2.4	2.4	3,10
TS	1	2.4	2.4	4.8	
Valid S	33	78.6	78.6	83.3	
SS	7	16.7	16.7	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedelapan tentang dengan fitur comment di Instagram mengomentari postingan pengguna lainnya, paling banyak sebesar 78,6% atau 33 responden menyatakan setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan sangat setuju, 2,4% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 2,4% atau 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pernah berbelanja di Online Shop di Instagram.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	3	7.1	7.1	7.1	2,90
TS	6	14.3	14.3	21.4	
Valid S	25	59.5	59.5	81.0	
SS	8	19.0	19.0	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kesembilan tentang pernah berbelanja di online shop di Instagram, paling banyak sebesar 59,5% atau 25 responden menyatakan setuju, 19% atau 8 responden menyatakan sangat setuju, 14,3% atau 6 responden menyatakan tidak setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. Variabel Perilaku *Cyberbullying* (Y)

Melakukan perdebatan hingga memaki dan menghina lawan debat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	20	47.6	47.6	47.6	1,86
TS	11	26.2	26.2	73.8	
Valid S	8	19.0	19.0	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama tentang melakukan perdebatan hingga memaki dan menghina lawan debat , paling banyak sebesar 47,6% atau 20 responden menyatakan sangat tidak setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan tidak setuju, 19% atau 8 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

Berkata kasar melalui direct message atau comment karena tidak menyukai postingan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	21	50.0	50.0	50.0	1,76
TS	12	28.6	28.6	78.6	
Valid S	7	16.7	16.7	95.2	
SS	2	4.8	4.8	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedua tentang berkata kasar kepada seseorang melalui direct message atau comment karena tidak menyukai postingan, paling banyak sebesar 50% atau 21 responden menyatakan sangat tidak setuju, 28,6% atau 12 responden menyatakan tidak setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan setuju, dan 4,8% atau 2 responden menyatakan sangat setuju.

Penggunaan Bahasa kasar atau frontal adalah hal yang biasa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	17	40.5	40.5	40.5	1,95
TS	14	33.3	33.3	73.8	
Valid S	7	16.7	16.7	90.5	
SS	4	9.5	9.5	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan ketiga tentang penggunaan bahasa kasar atau frontal adalah hal yang biasa, paling banyak sebesar 40,5% atau 17 responden menyatakan sangat tidak setuju, 33,3% atau 14 responden menyatakan tidak setuju,

16,7% atau 7 responden menyatakan setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat setuju.

Berkomentar kasar atau sarkas pada saat melihat postingan yang tidak layak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	21	50.0	50.0	50.0	1,76
TS	13	31.0	31.0	81.0	
Valid S	5	11.9	11.9	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan keempat tentang berkomentar dengan sarkas atau kasar ketika melihat postingan yang tidak layak, paling banyak sebesar 50% atau 21 responden menyatakan sangat tidak setuju, 31% atau 13 responden menyatakan tidak setuju, 11,9% atau 5 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah mengolok-olok postingan yang tidak bagus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	20	47.6	47.6	47.6	1,90
TS	11	26.2	26.2	73.8	
Valid S	6	14.3	14.3	88.1	
SS	5	11.9	11.9	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kelima tentang pernah mengolok-olok postingan pengguna lain yang menurut saya tidak baik atau tidak bagus, paling banyak sebesar 47,6% atau 20 responden menyatakan sangat tidak setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan tidak setuju, 14,3% atau 6 responden menyatakan setuju, dan 11,9% atau 5 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah melakukan body shaming di Instagram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	21	50.0	50.0	50.0	1,81
TS	11	26.2	26.2	76.2	
Valid S	7	16.7	16.7	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan keenam tentang pernah melakukan body shaming di Instagram, paling banyak sebesar 50% atau 21 responden menyatakan sangat tidak setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan tidak setuju, 16,7%

atau 7 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah mempublikasikan foto teman yang membuatnya malu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	19	45.2	45.2	45.2	1,88
TS	13	31.0	31.0	76.2	
Valid S	6	14.3	14.3	90.5	
SS	4	9.5	9.5	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan ketujuh tentang pernah mempublikasikan foto teman yang membuatnya malu, paling banyak sebesar 45,2% atau 19 responden menyatakan sangat tidak setuju, 31% atau 13 responden menyatakan tidak setuju, 14,3% atau 6 responden menyatakan setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah menceritakan pengalaman memalukan teman di Instastory

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	24	57.1	57.1	57.1	1,76
TS	9	21.4	21.4	78.6	
Valid S	4	9.5	9.5	88.1	
SS	5	11.9	11.9	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedelapan tentang pernah menceritakan tentang pengalaman memalukan teman di Instastory, paling banyak sebesar 57,1% atau 24 responden menyatakan sangat tidak setuju, 21,4% atau 9 responden menyatakan tidak setuju, 9,5% atau 4 responden menyatakan setuju, dan 11,9% atau 5 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah menggunakan fake account untuk mengirimkan direct message berisikan kata-kata kasar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	24	57.1	57.1	57.1	1,67
TS	11	26.2	26.2	83.3	
Valid S	4	9.5	9.5	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kesembilan tentang pernah menggunakan fake account untuk mengirimkan direct message berisikan kata-kata kasar, paling banyak sebesar 57,1% atau 24 responden menyatakan sangat tidak

setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan tidak setuju, 9,5% atau 4 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah menggunakan fake account untuk berkomentar buruk untuk mengejek seseorang pada postingan tertentu.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	24	57.1	57.1	57.1	1,74
TS	8	19.0	19.0	76.2	
Valid S	7	16.7	16.7	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kesepuluh tentang pernah menggunakan fake account untuk berkomentar buruk untuk mengejek seseorang pada postingan tertentu, paling banyak sebesar 57,1% atau 24 responden menyatakan sangat tidak setuju, 19% atau 8 responden menyatakan tidak setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah menyamar menjadi orang lain untuk mendapatkan informasi dari orang lain.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	19	45.2	45.2	45.2	1,93
TS	11	26.2	26.2	71.4	
Valid S	8	19.0	19.0	90.5	
SS	4	9.5	9.5	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kesebelas tentang pernah menyamar menjadi orang lain untuk mendapatkan informasi dari orang lain, paling banyak sebesar 45,2% atau 19 responden menyatakan sangat tidak setuju, 26,2% atau 11 responden menyatakan tidak setuju, 19% atau 8 responden menyatakan setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah menyamar menjadi orang lain untuk menyebarkan informasi yang bersifat pribadi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	23	54.8	54.8	54.8	1,64
TS	13	31.0	31.0	85.7	
Valid S	4	9.5	9.5	95.2	
SS	2	4.8	4.8	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedua belas tentang pernah menyamar menjadi

orang lain untuk menyebarkan informasi yang bersifat pribadi, paling banyak sebesar 54,8% atau 23 responden menyatakan sangat tidak setuju, 31% atau 13 responden menyatakan tidak setuju, 9,5% atau 4 responden menyatakan setuju, dan 4,8% atau 2 responden menyatakan sangat setuju.

Pernah ikut-ikutan mencuilkan seseorang yang tidak saya sukai secara online.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Mean
STS	26	61.9	61.9	61.9	1,62
TS	9	21.4	21.4	83.3	
Valid S	4	9.5	9.5	92.9	
SS	3	7.1	7.1	100.0	
Total	42	100.0	100.0		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan kedua belas tentang pernah ikut-ikutan an mencuilkan seseorang yang tidak saya sukai secara online, paling banyak sebesar 61,9% atau 26 responden menyatakan sangat tidak setuju, 21,4% atau 9 responden menyatakan tidak setuju, 9,5% atau 4 responden menyatakan setuju, dan 7,1% atau 3 responden menyatakan sangat setuju.

PEMBAHASAN

Analisis pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku cyberbullying pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA Banjarbaru Angkatan 2019

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menguji hipotesis H0 : Tidak terdapat pengaruh antara media sosial Instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan, dan hipotesis H1 : terdapat pengaruh antara media sosial Instagram dengan perilaku *Cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berjenis deskriptif, dengan jumlah sampel 42 responden

Berikut hasil output *chi square test* menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 20 For Windows* mengenai pengaruh variabel penggunaan internet media sosial Instagram (X) dengan variabel perilaku *cyberbullying* (Y).

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	301.398 ^a	273	.114
Likelihood Ratio	133.250	273	1.000
Linear-by-Linear Association	7.303	1	.007
N of Valid Cases	42		

a. 308 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Berdasarkan hasil output tersebut, nilai Asymp. Sig. (2-sided) sebesar 0,114, karena nilai Asymp. Sig. (2-sided) 0,114 > 0,05 maka artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan.

Dengan demikian maka bisa disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial Instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan.

Dengan hasil yang tidak berpengaruh, berdasarkan teori *uses and gratification* bahwa pengguna media sosial Instagram juga mempunyai otonomi untuk tidak melakukan perilaku *cyberbullying*, menurut hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa para responden cenderung menggunakan media sosial Instagram untuk mendapatkan informasi lebih dari 60%, untuk melakukan komunikasi lebih dari 70%, untuk mendapatkan kesenangan lebih dari 60%, dan untuk melakukan transaksi lebih dari 55%. Yang dimana artinya para responden menggunakan media sosial untuk mendapatkan kepuasannya masing-masing dan untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing. Berdasarkan teori *uses and gratification* pengguna media sosial memiliki kekuasaan penuh dalam menggunakan media sosial atau yang akan dikonsumsinya.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019 yang dipengaruhi media sosial khususnya Instagram tidak terjadi. Namun jika kita lihat kembali pada data-data diatas, masih ada beberapa responden yang melakukan tindakan-tindakan *cyberbullying*.

Analisis mengapa beberapa pengguna media sosial Instagram masih melakukan tindakan cyberbullying.

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan, peneliti telah menanyakan tentang apakah responden

telah mengetahui bahwa perilaku *cyberbullying* telah diatur oleh negara, peneliti juga telah menanyakan perihal apakah mereka tidak terlalu memperdulikan aturan yang ada di Instagram, dan peneliti juga telah menanyakan apakah penggunaan Bahasa kasar atau frontal telah menjadi hal yang biasa menurut mereka.

Berdasarkan data yang telah didapat, pada tabel 4.7 tentang hokum *cyberbullying* hanya 50% responden yang mengetahui bahwa *cyberbullying* telah diatur oleh negara, dan 50% responden lainnya tidak mengetahui bahwa *cyberbullying* telah diatur oleh negara.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa pada pernyataan keenam (X1.6) tentang tidak terlalu memperdulikan peraturan yang berlaku di Instagram, paling banyak sebesar 40,5% atau 17 responden menyatakan setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan sangat setuju, 33,3% atau 14 responden menyatakan tidak setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel tersebut, bahwa diketahui mean atau rata-rata jawaban sebesar 2,64 atau menyatakan setuju bahwa mereka tidak terlalu memperdulikan peraturan yang berlaku di Instagram.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa pada pernyataan ketiga (Y1.3) tentang penggunaan bahasa kasar atau frontal sudah menjadi hal yang biasa bagi saya, paling banyak sebesar 40,5% atau 17 responden menyatakan sangat tidak setuju, 33,3% atau 14 responden menyatakan tidak setuju, 16,7% atau 7 responden menyatakan setuju, dan 9,5% atau 4 responden menyatakan sangat setuju.

Berdasarkan data yang telah diperoleh, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak responden yang tidak mengetahui bahwa tindakan *cyberbullying* ini telah diatur oleh negara, dan responden juga tidak terlalu memperdulikan aturan-aturan yang berlaku di Instagram, dan beberapa responden juga ada yang menyatakan bahwa mereka setuju apabila penggunaan bahasa kasar atau frontal sudah menjadi hal yang biasa bagi mereka.

Hal inilah yang menyebabkan tindakan *cyberbullying* itu terjadi, karena kurangnya literasi tentang aturan-aturan yang telah dibuat, dan kebiasaan penggunaan bahasa kasar atau frontal pada kehidupan sehari-hari, tanpa disadari ini adalah salah satu bentuk dari tindakan *cyberbullying* di Instagram.

E.PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA banjarbaru angkatan 2019 :

a. Hasil penelitian bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial Instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi UNISKA Banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan. Berdasarkan output di Bab IV, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-sided) sebesar 0,114, karena nilai Asymp. Sig. (2-sided) $0,114 > 0,05$ maka artinya tidak terdapat pengaruh antara media sosial instagram dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi uniska banjarbaru angkatan 2019 secara signifikan.

b. Berdasarkan teori uses and gratification para responden memiliki otonomi penuh terhadap media yang digunakan. Hal ini berarti para responden memiliki hak penuh terhadap media sosial Instagram digunakan untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing seperti. Mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, melakukan transaksi, dan mendapatkan berbagai kesenangan. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa penggunaan media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa ilmu komunikasi FISIP UNISKA Banjarbaru Angkatan 2019. 77

c. Ada 3 hal yang menyebabkan beberapa pengguna media sosial Instagram melakukan tindakan *cyberbullying*. Pertama para responden masih banyak yang belum mengetahui bahwa tindakan *cyberbullying* sudah diatur hukumnya oleh negara, Kedua para responden tidak terlalu memperdulikan aturan-aturan yang telah dibuat oleh pihak Instagram, Dan ketiga ada beberapa responden menganggap penggunaan bahasa kasar atau frontal sudah menjadi hal yang biasa bagi mereka, yang dimana ini adalah salah satu pemicu tindakan *cyberbullying*

2. Saran

a. Saran Akademis : Kepada peneliti berikutnya : Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal dengan judul atau penelitian yang serupa, diharapkan peneliti lain agar melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan faktor yang berbeda.

- b. Saran Praktis : Kepada Mahasiswa yang menjadi responden : Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa tidak adanya pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku cyberbullying. Namun apabila kita lihat kembali data-data yang diperoleh masih ada 78 beberapa responden yang melakukan tindakan-tindakan cyberbullying tersebut. Maka dari itu diharapkan kepada mahasiswa dapat berhati-hati dalam menggunakan media sosial, karena pada zaman ini negara telah mengatur Undang-undang mengenai Cyberbullying dan pelaku tindakan cyberbullying ini bisa dipidanakan

F. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Elvinaro, A., Lukiaty, K., & Karlinah, S. (2017). **Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- FISIP UNISKA MAB. (2021). **Panduan Penulisan Skripsi**. Banjarmasin : FISIP
- Nasrullah, R. (2015). **Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi**. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2016). **Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: CV Alfabeta.

Jurnal :

- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). **Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial**. *Journal of Civic Education*, 3(3).
- Agustina. (2016). **Analisis penggunaan media sosial instagram terhadap sikap konsumerisme remaja di SMA Negeri 3 Samarinda**. *E-journal Ilmu Komunikasi*. 4 (3).
- Dwipayana, N. L. A. M., Setiyono, S., & Pakpahan, H. (2020). **Cyberbullying Di Media Sosial**. *Bhirawa Law Journal*, 1(2).
- Fajrie, M., & Syaidah, N. (2019). **PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK TERHADAP PERILAKU CYBERBULLYING DI KALANGAN REMAJA DESA MANTINGAN KECAMATAN**

TAHUNAN KABUPATEN JEPARA. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1).

- Hidajat, M., Adam, A. R., Danaparamita, M., & Suhendrik, S. (2015). **Dampak Media Sosial dalam Cyber Bullying**. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 6(1).
- Imanti, V., & Triyono, T. (2018). **Dampak Psikologis Wanita Karir Korban Cyber Bullying**. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2).
- Jalal, N. M., Idris, M., & Muliana, M. (2021). **Faktor-Faktor Cyberbullying Pada Remaja**. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2).
- Marchelia, V. (2014). **Stres kerja ditinjau dari shift kerja pada karyawan**. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1).
- Mutiiah, T., Albar, I., Fitriyanto, F., & Rafiq, A. (2020). **Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial**. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(1).
- Nastiti, A.D.S, Dian Purworini. (2018). **Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial**. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 1.
- Nurjanah, S. (2014). **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Perilaku Cyberbullying pada Siswa SMAN 12 Pekanbaru**. *Jom FISIP*, 1(2).
- Primasti, D., & Dewi, S. I. (2018). **Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyimpangan Perilaku Remaja (Cyberbullying)**. *Reformasi*, 7(2).
- Qomariyah, A. N. (2009). **Perilaku penggunaan internet pada kalangan remaja di perkotaan**. *Universitas Airlangga Surabaya*, 6.
- Rachmatan, R., & Ayunizar, S. R. (2017). **Cyberbullying pada remaja sma di banda aceh**. *Insight: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 13(2).
- Rifauddin, M. (2016). **Fenomena cyberbullying pada**

- remaja. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 4(1).
- Rohmah, N. N. M. (2020). **Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification)**. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1).
- Soraya, I. (2017). **Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Bandungmakuta)**. *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). **Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED**. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Tosun, N. (2016). **Cyberbully and Victim Experiences of Pre-Service Teachers**. *European Journal of Contemporary Education*, 15(1).
- Website :
<https://uniska-bjm.ac.id/> diakses pada tanggal 22 Juni 2021.