

Etika Komunikasi K-Popers Indonesia di Media Sosial Instagram

Rizkayanti Mariva*, Rini Rinawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*rizkayantimariva15@gmail.com, rini.rinawati@unisba.ac.id

Abstract. There is a communication ethic in social media that its users need to apply. However, it's still often ignored by some users. Seen on the K-pop news portal @panncafe, Indonesian K-popers comment on news of bullying. Based on this phenomenon, the problems in this study are formulated as follows: (1)How is cyber culture (K-Popers commenting on bullying news on the @panncafe) produced? (2)What is the pattern of communication that occurs between Indonesian K-Popers when interacting to share comments about bullying news on the @panncafe? (3)What are the values that are built for Indonesian K-Popers in submitting comments about bullying news on the @panncafe?. Researchers used a virtual ethnographic method using a qualitative approach. The population in this study were followers of @panncafe which amounted to 678,000 accounts. With the sampling technique, namely Purposive Sampling, the research informants were obtained as many as 8 people. Data collection techniques used in this study were interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used in this research is the technical analysis of the Miles & Huberman model, and the analysis of cyber media. The results of this study are: cyber culture is produced with easy requirements provided by features on Instagram, with anonymous identity k-popers produce their comments which consist of elements of understanding, opinion, word choice, form, purpose, hashtag, and contribution in comments. The communication pattern consists of 4, namely reading the news, giving comments, interacting and discussing bullying news. The values built by k-popers consist of motivation and moral & personal values from comments.

Keywords: *Communication Ethics, Comment, K-Popers, Bullying News.*

Abstrak. Terdapat etika komunikasi dalam bermedia sosial yang perlu diterapkan penggunaannya. Namun, etika komunikasi masih sering diabaikan oleh beberapa pengguna. Terlihat pada akun Instagram portal berita K-pop @panncafe, para K-popers Indonesia saling berkomentar terhadap berita bullying yang dilakukan oleh artis Korea Selatan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1)Bagaimana budaya siber (K-Popers Indonesia menyampaikan komentar mengenai berita bullying di akun Instagram @panncafe) itu diproduksi? (2)Bagaimana pola komunikasi yang terjadi antarentitas K-Popers Indonesia ketika berinteraksi untuk saling menyampaikan komentar mengenai berita bullying di akun Instagram @panncafe? (3)Apa saja nilai-nilai yang dibangun bagi antarentitas K-Popers Indonesia dalam menyampaikan komentar mengenai berita bullying di akun Instagram @panncafe?. Peneliti menggunakan metode etnografi virtual dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @panncafe yang berjumlah 678.000 akun. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu Purposive Sampling diperoleh informan penelitian sebanyak 8 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis model Miles & Huberman, dan analisis media siber. Hasil dari penelitian ini adalah: budaya siber diproduksi dengan persyaratan mudah yang disediakan oleh fitur di Instagram, dengan identitas anonim k-popers memproduksi komentarnya yang terdiri dari unsur pemahaman, opini, pemilihan kata, bentuk, tujuan, hashtag, dan kontribusinya dalam komentar. Pola komunikasi terdiri dari 4, yakni membaca berita, memberikan komentar, melakukan interaksi dan mendiskusikan kembali berita bullying. Nilai yang dibangun k-popers terdiri dari motivasi serta nilai moral & personal dari komentar.

Kata Kunci: *Etika Komunikasi, Komentar, K-Popers, Berita Bullying.*

A. Pendahuluan

Akibat dari adanya kemunculan fenomena Korean Wave di Indonesia, masyarakat Indonesia menjadi lebih up to date mengenai berita artis atau idol Korea Selatan. Salah satu berita infotainment yang sedang hangat dan marak dibicarakan adalah berita kasus bullying yang dilakukan oleh artis Korea Selatan. Menurut data dari Kementerian Pendidikan Korea Selatan disebutkan bahwa sekitar satu dari 10 siswa Sekolah Dasar dan Menengah di sana menjadi korban perundungan (bullying) [1]. Bullying merupakan sebuah tindakan dan perlakuan yang menggunakan otoritasnya untuk menindas seseorang atau kelompok orang secara fisik, verbal, ataupun psikologis yang mengakibatkan korbannya menjadi terancam, trauma, tak berdaya, dan tertekan (Sejiwa dalam [2, hlm. 324]).

Berita kasus bullying yang dilakukan oleh artis Korea Selatan ini dapat dibaca melalui salah satu portal berita K-Pop di Instagram @panncafe. Perkembangan jurnalistik saat ini telah memasuki media sosial. Portal berita online disajikan tidak hanya berita melalui website saja tetapi sekarang menggunakan platform media sosial. Media sosial tersebut antara lain seperti, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan TikTok [3, hlm.136]. Pada era globalisasi ini pesan media pun sangat menyebar dengan cepat di media sosial. Menurut Fujiawati & Raharja [4, hlm. 32] mengungkapkan bahwa, media sosial merupakan sebuah media daring yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi, melakukan interaksi, berpartisipasi serta berbagi dan membuat konten yang diakses oleh pengguna menggunakan aplikasi khusus dengan syarat terkoneksi internet yang tidak dibatasi dengan ruang dan waktu.

Dalam unggahan konten berita bullying pada akun Instagram @panncafe, banyak dari k-popers Indonesia yang memberikan respon melalui kolom komentar. K-Popers merupakan sekumpulan individu yang memiliki minat dan ketertarikan yang sama di bidang dan tujuan yang sama yakni industri musik K-Pop. Dalam sebuah postingan berita bullying di akun @panncafe rata-rata komentarnya sebanyak 500-4000 ribu komentar. Dilihat dari angka yang cukup tinggi, maka khalayak digital k-popers Indonesia memiliki kecenderungan yang tinggi dalam berkomentar terhadap berita bullying k-pop di Instagram. Dalam hal ini juga menunjukkan bahwa terjadinya interaksi di dunia siber menciptakan munculnya budaya siber.

Menurut Nasrullah, budaya siber adalah praktik sosial ataupun nilai-nilai yang muncul dari interaksi komunikasi antarindividu yang muncul di ruang siber. Dari hubungan antara individu dengan perangkat teknologi maupun antarindividu dengan menggunakan teknologi. Budaya tersebut diproduksi, didistribusikan, serta dikonsumsi menggunakan jaringan internet dan juga jaringan yang muncul di antara penggunanya [5, hlm.18].

Maka dari itu, etika komunikasi K-Popers Indonesia yang diterapkan dapat terlihat dari interaksi k-popers melalui komentarnya terhadap konten berita yang disajikan dalam akun @panncafe. Komunikasi merupakan ilmu yang berkaitan dengan banyak cabang ilmu pengetahuan. Apabila suatu nilai, ide komunikasi, dan gagasan tidak dikomunikasikan, apa yang akan terjadi. Etika komunikasi mencoba untuk menggambarkan standar etika yang digunakan oleh komunikator dan komunikan [6, hlm.185]. Sayangnya, etika komunikasi di media sosial sering diabaikan oleh beberapa penggunanya, sehingga banyaklah komentar buruk. Menurut Mursito, etika komunikasi saat menggunakan media sosial yang baik yakni jangan berkata kasar, tidak provokatif, tidak menyebarkan konten yang berbau porno dan tidak mengandung unsur SARA, tidak posting hoax, jangan melanggar hak cipta, serta berikan komentar relevan saja (dalam [7, hlm. 32]).

Sedangkan, dalam penelitian sejenis terdahulu yang digarap oleh Syafrida Nurrachmi Febriyanti & Ririn Puspita Tutiasri dengan judul “Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial” menunjukkan bahwa ada 5 tipe netizen yakni: tipe peminta informasi, tergolong pada netizen yang memiliki etika komunikasi baik serta netral; (2) tipe penyampai informasi, tergolong pada netizen yang memiliki etika komunikasi baik serta netral yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan atau untuk menyampaikan informasi; (3) tipe argumentator baik, tergolong pada netizen yang memiliki etika baik dalam menyampaikan opininya namun tidak netral; (4) tipe argumentator tidak baik, tergolong pada netizen yang tidak netral dan suka menyerang netizen dengan bahasa yang kasar; (5) tipe followers mudah terpancing, followers tipe ini akan muncul jika ada yang pro dan kontra dalam menanggapi berita dan informasi [8].

Perbedaan dari penelitian ini adalah tentang etika komunikasi k-popers yang dilihat dari hasil k-popers mendiskusikan suatu kasus bullying di industri k-pop, bahasa yang digunakan k-popers dalam berkomentar terhadap bullying, serta cara k-popers memusatkan perhatiannya kepada pengalaman. Dalam teori konstruksi realitas sosial dijelaskan bahwa identitas suatu objek adalah hasil dari bagaimana manusia membicarakan objek terkait, bahasa yang dipakai untuk mengeluarkan konsep, serta cara kelompok sosial memberikan perhatian pada pengalaman mereka bersama. Oleh karena itu, dalam teori ini suatu keadaan ataupun sifat dari dunia menjadi kurang penting dibandingkan dengan penggunaan bahasa yang dipakai untuk berdiskusi, mendekati, dan menamakan dunia tersebut [9, hlm. 53-54].

Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini adalah etika komunikasi yang diimplementasikan oleh K-Popers Indonesia ketika menyampaikan komentar pada sebuah berita bullying di media sosial Instagram yang bernama @panncafe. Etika komunikasi yang ditampilkan sangatlah beragam ada yang sudah menerapkan etika komunikasi dengan baik, dan ada pula k-popers yang masih melakukan pelanggaran etika komunikasi di media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana etika komunikasi K-Popers Indonesia dalam menyampaikan komentar mengenai berita bullying artis Korea Selatan pada akun Instagram portal berita K-Pop @panncafe?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

Untuk mengetahui dan menganalisis budaya siber (K-Popers Indonesia dalam menyampaikan komentar mengenai berita *bullying* artis Korea Selatan di akun Instagram @panncafe) itu diproduksi.

Untuk mengetahui dan menganalisis pola komunikasi yang terjadi antartentitas K-Popers Indonesia ketika berinteraksi untuk saling menyampaikan komentar mengenai berita *bullying* artis Korea Selatan di akun Instagram @panncafe dengan melihat etika komunikasinya.

Untuk mengetahui dan menganalisis nilai-nilai yang dibangun bagi antartentitas K-Popers Indonesia dalam menyampaikan komentar mengenai berita *bullying* artis Korea Selatan di akun Instagram @panncafe.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode etnografi virtual dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah k-popers yang menjadi pengikut akun Instagram @panncafe yang berjumlah 674.000 akun. Dengan teknik pengambilan informan yaitu Purposive Sampling diperoleh jumlah informan penelitian sebanyak 8 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis model alur Miles dan Huberman, dan analisis media siber.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai etika komunikasi k-popers Indonesia di media sosial Instagram, yang dianalisis menggunakan analisis media siber yang terdiri dari 4 level, yakni level ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Penelitian ini memaparkan data mengenai produksi budaya siber komentar k-popers terhadap berita bullying k-pop, pola komunikasi k-popers dalam berkomentar mengenai berita bullying k-pop, serta nilai-nilai yang dibangun k-popers dalam komentar mengenai berita bullying k-pop. Peneliti terlebih dahulu membahas temuan penelitian tentang produksi budaya siber komentar k-popers mengenai berita bullying k-pop yang ada pada akun Instagram @panncafe.

Produksi Budaya Siber Komentar K-Popers dalam Level Ruang Media & Level Dokumen Media

Penelitian ini terlebih dahulu memaparkan tiga bagian produksi budaya siber komentar k-popers mengenai berita bullying k-pop pada akun @panncafe dalam level ruang media: prosedur komentar Instagram & identitas akun Instagram k-popers. Sedangkan dalam level dokumen media: produksi unsur-unsur komentar k-popers.

Dalam prosedur komentar terbagi menjadi tiga poin, yakni prosedur publikasi komentar di Instagram, prosedur menjawab komentar di Instagram, dan perkembangan fitur komentar Instagram.

1. **Prosedur Publikasi Komentar pada Postingan Instagram**
 Dengan adanya kemudahan publikasi komentar yakni hanya memiliki akun dan klik ikon komentar saja, menjadikan k-popers merasa bebas untuk berkomentar di Instagram. Dilakukan spontan dengan menuliskan apapun yang terlintas dipikirkannya tanpa dipikir panjang terlebih dahulu, namun ada pula k-popers yang berhati-hati ketika ingin berkomentar dengan diperiksa kembali dan dipikirkan dahulu komentarnya. Yang seharusnya dilakukan k-popers adalah tetap berhati-hati dan lebih teliti ketika ingin berkomentar di media sosial. Hal ini sejalan dengan salah satu etika komunikasi dalam bermedia sosial menurut Meodia yaitu saring sebelum sharing. Ketika ingin mengirimkan pesan di media sosial, masyarakat sebaiknya memeriksa kembali akurasi informasi tersebut sebelum dibagikan kepada orang lain (dalam [10, hlm. 11]). Sehingga karena adanya rasa keberhati-hatian dari k-popers tersebut dapat mengurangi terjadinya pelanggaran etika komunikasi di media sosial.
2. **Prosedur Menjawab Komentar di Instagram**
 Pada prosedur menjawab komentar di Instagram, caranya dengan mudah pengguna tinggal memilih mana komentar yang ingin dijawab, lalu tap tulisan reply yang terletak di bawah komentar yang dipilih. Sama halnya bahwa prosedur membalas komentar pun mudah untuk dilakukan. Secara bebas Instagram memperbolehkan pengguna untuk membalas komentar siapapun seluruh pengguna. Karena kemudahan dan kebebasan tersebut, para pengguna kurang memikirkan siapa lawan bicaranya di balik yang berkomentar tersebut. Seharusnya, disesuaikan dengan prinsip dasar kesadaran moral yakni, sikap baik, keadilan dan hormat pada diri sendiri serta kepada orang lain [6, hlm. 180-181]. Sebaiknya, k-popers lebih memperhatikan tata bahasa yang digunakan ketika ingin membalas komentar kepada orang yang sama sekali belum kenal dengan dirinya, agar dapat saling menghormati.
3. **Perkembangan Fitur Komentar di Instagram**
 Instagram saat ini menyediakan berbagai macam fitur komentar yang semakin berkembang, diantaranya adalah:
 - a. **Fitur Love/Like**, ditemukan komentar dengan jumlah likes yang tinggi, namun dalam komentarnya mengandung pelanggaran etika seperti kata-kata yang tidak sopan. Tetapi, banyak pula k-popers yang memanfaatkan fitur like ini dengan baik untuk memberikan tanda setuju dan merasa terwakili terhadap komentar yang telah menerapkan etika komunikasi.
 - b. **Fitur Reply**, dalam fitur ini k-popers memanfaatkan untuk memberikan komentar yang relevan, menambahkan informasi kepada k-popers lain, memberikan komentar pro dengan k-popers lain, atau bahkan ditemukan balasan komentar yang melanggar etika komunikasi seperti menggunakan kata kasar, provokasi negatif atau ditemukan hoax dalam komentarnya.
 - c. **Fitur Top Comment**, banyak dari komentar teratas yang telah menerapkan etika komunikasi dengan baik, namun ada banyak pula top comment yang belum menerapkan etika komunikasinya dengan baik, seperti banyak muncul konflik dalam kolom balasan komentar dari berbagai pihak, sehingga terjadi komentar provokatif yang membuat keributan dalam kolom komentar tersebut.
 - d. **Fitur Non Aktif Komentar**, dengan adanya fitur non aktif komentar ini, dapat mengurangi munculnya pelanggaran etika komunikasi di media sosial, namun kekurangannya adalah menjadi tidak ada interaksi yang terjadi dalam postingan Instagram tersebut, sehingga hal ini juga dapat mengurangi esensi dari ruang media untuk berkomunikasi di Instagram.
 - e. **Fitur Report**, fitur laporkan komentar dapat mengurangi dan menyaring komentar yang terlihat di Instagram. Karena dapat membersihkan dan menghilangkan komentar yang mengandung pelanggaran etika komunikasi seperti kata-kata kasar,

aktivitas seksual, ujaran simbol kebencian, kekerasan, perundungan, pelecehan, informasi palsu, dan sebagainya.

- f. Fitur Hapus Komentar, komentar di Instagram dapat dihapus oleh pengirim dan pemilik postingan yang dikomentarkannya. Dengan fitur hapus komentar ini dapat dimanfaatkan oleh pengguna, ketika pengguna tersebut merasa komentar yang ditulis itu kurang layak dibaca oleh orang lain, atau mengandung pelanggaran etika komunikasi, bisa dengan mudah komentarnya dihapus.

Kemudian, dalam level ruang media dipaparkan temuan identitas akun Instagram k-popers yang menjelaskan bahwa, identitas diri k-popers di dunia virtual dengan dunia nyata memiliki perbedaan, data diri asli mereka tidak mau ditampilkan secara gamblang di dunia virtual, mereka lebih memilih untuk menunjukkan identitasnya sebagai k-popers saja tanpa diketahui nama dan wajah asli dirinya, namun ada pula k-popers yang menampilkan identitas dirinya secara gamblang di dunia virtual hanya saja tidak banyak yang melakukan hal tersebut. Karena identitas diri yang tak ditampilkan tersebut, mereka merasa menjadi anonim yang tidak diketahui oleh orang lain siapa identitas sebenarnya dari diri mereka, maka muncul rasa kebebasan berekspresi dalam diri k-popers di dunia virtual, namun tetap saja ketika mereka bebas berekspresi di media sosial, wajib diperhatikan pula etika komunikasinya. Untuk karakter dan watak pribadi memang hampir mirip dan tidak 100% sama persis antara dunia nyata dengan dunia virtual. Setiap individu mempunyai kemampuan yang tak terbatas untuk membentuk kreasi siapa dirinya di dalam dunia virtual, hasil dari kreasi itulah yang nantinya akan memerankan individu dan berinteraksi di internet (Tim Jordan dalam [5, hlm. 77]).

Poin selanjutnya adalah temuan yang dianalisis ke dalam level dokumen media, yakni unsur-unsur produksi komentar k-popers. Dalam hal ini terbagi menjadi tujuh poin, yakni: pemahaman tentang etika komunikasi di media sosial, k-popers bebas beropini, pemilihan kata berkomentar, bentuk komentar, tujuan komentar, hashtag, dan kontribusi berkomentar.

1. Pemahaman K-Popers mengenai Etika Komunikasi di Media Sosial
Menurut k-popers, etika komunikasi bermedia sosial itu harus mengutamakan unsur kesopanan, tidak lupa juga harus memahami adanya peraturan UU ITE yang berlaku. Hal ini sejalan dengan unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam etika komunikasi menurut Mujahiddin dan Harahap (dalam [10, hlm. 9]). diantaranya, yakni: a. menjaga informasi pribadi dengan baik; b. berkomunikasi dengan sopan santun; c. beropini didasari fakta.
2. K-Popers Bebas Beropini di Instagram
Meskipun telah ada etika komunikasi bermedia sosial, k-popers tidak merasa terbatas sama sekali untuk mengeluarkan opini di Instagram, k-popers menjadi terbantu untuk mengendalikan komentar dan mampu mengetahui batasan-batasan berkomentar. Hal ini serupa dengan pengertian etika menurut Mufid [6, hlm. 181-182], yakni suatu norma dan nilai yang dijadikan pedoman seseorang ataupun kelompok untuk dapat mengendalikan perilakunya.
3. Pemilihan Kata oleh K-Popers dalam Berkomentar
Dalam proses menyampaikan komentar, terdapat pemilihan kata yang digunakan k-popers saat menuliskan pesan, setiap k-popers memiliki pemikiran yang berbeda, ada yang sangat memperhatikan dengan teliti, mulai dari susunan kalimat dan pilihan kata, ada pula yang spontan saja menulis komentarnya tanpa dipikir dan diperhatikan terlebih dahulu.
4. Bentuk Komentar dari K-Popers
Bentuk komentar dari kebanyakan k-popers itu hanya teks saja melalui kolom komentar @panncafe, tetapi ada pula k-popers yang memproduksi komentarnya dengan bentuk foto & teks melalui fitur Instagram story. Dalam bentuk komentar ini tidak ditemukan pelanggaran etika komunikasi. Namun, komentarnya belum memaksimalkan sifat internet “multimediansness” karena hanya terdiri dari teks dan gambar saja, sementara media audio & video belum begitu dimanfaatkan oleh k-popers dalam memberikan komentarnya.
5. Tujuan Komentar K-Popers kepada Entitas Khusus
Komentar yang ditulis k-popers itu ditujukan kepada berbagai entitas tertentu sesuai

dengan konteksnya masing-masing. Ada yang ditujukan kepada artis pelaku bullying, untuk k-popers, untuk agensi artis, serta untuk umum. Setiap k-popers telah menentukan kepada siapa tujuan komentar yang mereka tulis, maka sebaiknya k-popers menyesuaikan penulisannya.

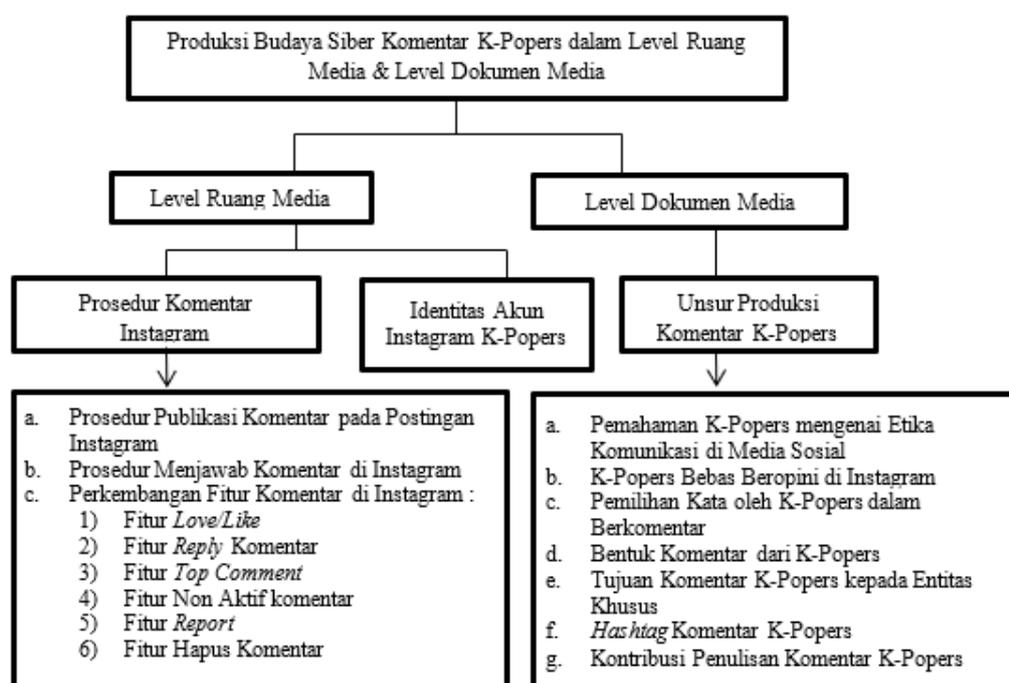
6. Hashtag Komentar K-Popers

Salah satu contoh temuan hashtag adalah #garamout, dari penggunaan hashtag tersebut k-popers berarti terlihat sedang menghakimi pelaku bullying untuk segera keluar dari industri k-pop. Maka ada sebuah pelanggaran etika komunikasi yang dilakukan k-popers yakni berkomentar dengan menghakimi. Seharusnya etika dalam berkomentar itu tanpa menghakimi.

7. Kontribusi Penulisan Komentar K-Popers

K-popers dalam proses penulisan komentar biasanya tidak ada kontribusi dari siapapun selain dari pendapat pribadi saja yang ditulis secara spontan, artinya tidak ada pelanggaran hak cipta namun ada kalanya komentar yang ditulis itu dibantu oleh sumber referensi sebagai informasi tambahan agar tidak menimbulkan hoax. Maka, kontribusi dalam penulisan komentar oleh k-popers telah menerapkan etika komunikasi di media sosial.

Dari seluruh poin-poin temuan penelitian mengenai Produksi Budaya Siber Komentar K-Popers dalam Level Ruang Media & Level Dokumen Media tersebut dapat peneliti gambarkan ke dalam sebuah bagan yang dilampirkan pada gambar di bawah.



Gambar 1. Bagan Pembahasan Produksi Budaya Siber
Sumber: Peneliti (2022)

Pola Komunikasi K-Popers dalam Level Objek Media

Selanjutnya penelitian ini memaparkan 4 pola komunikasi k-popers ketika berkomentar mengenai berita bullying di akun @panncafe dalam objek media, yakni: membaca berita bullying, memberikan komentar pada berita bullying, melakukan interaksi antar k-popers, dan mendiskusikan kembali berita bullying di dunia nyata.

1. Membaca Berita Bullying K-Pop

Jika dilihat dari sisi etika komunikasi, tujuan k-popers membaca berita secara lengkap adalah untuk mendapatkan informasi berdasar fakta, untuk menambah informasi secara utuh, hal ini dilakukan agar pembaca terhindar dari adanya penyebaran hoax dengan cara meningkatkan literasi digital. Menurut Wijoyo & Maryani dijelaskan bahwa, literasi

digital sangat perlu diterapkan, karena kemampuan sosial yang beriringan dengan perkembangan teknologi dapat mencegah terjadinya kesalahpahaman arti dari opini-opini yang ada di media sosial. Dengan referensi serta wawasan yang luas membuat masyarakat menjadi lebih cerdas dan bijaksana dalam bermedia sosial, khususnya dalam menyampaikan komentar pada sebuah berita. Hal tersebut akan membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam berperilaku di media sosial. Kebiasaan *crosscheck* komentar yang ditulis, dan melakukan riset sebelum komentar akan meminimalisir terjadinya penyebaran *hoax* di media sosial dengan baik [11, hlm.236]. Kemudian, tujuan lainnya untuk meyakinkan diri mengenai akurasi dalam informasi yang dibaca, pembaca juga harus mampu menyaring berita dan informasi yang diterima. Aktivitas komunikasi membaca berita *bullying k-pop* pada akun @panncafe termasuk pada pola komunikasi intrapersonal, yang artinya komunikasi yang dilakukan kepada diri sendiri, dalam hal ini berarti *k-popers* membaca berita dalam hatinya dan juga berpikir.

2. Memberi Komentar pada Berita *Bullying*

Interaksi *k-popers* melalui komentar dapat melihat bagaimana proses pengetahuan *k-popers* tentang *bullying* dan praktik etika komunikasi *k-popers* dibangun melalui interaksinya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian mengenai teori konstruksi sosial yang dilakukan oleh Berger & Luckmann bahwa mereka mencoba menelaah bagaimana pengetahuan manusia itu dimiliki dengan dibangun melalui interaksi sosial (dalam [9, hlm 53]). Hal mengenai memberi komentar pada berita *bullying* terbagi menjadi dua poin temuan, yakni praktik etika komunikasi *k-popers* di Instagram, dan kalimat identitas khusus dalam komentar *k-popers*.

a. Praktik Etika Komunikasi oleh *K-Popers* di Instagram, praktik etika komunikasi *k-popers* di media sosial berbeda-beda. Ada yang telah menerapkan komunikasi di media sosial sesuai norma, namun ada pula oknum yang masih memiliki etika buruk di media sosial seperti ditemukannya beberapa komentar *k-popers* yang mengandung pelanggaran unsur provokatif, kata-kata kasar, serta *hoax*. Untuk unsur lainnya seperti SARA, pornografi, melanggar hak cipta itu tidak ditemukan dalam komentar *k-popers* pada akun @panncafe dan banyak ditemukan pula komentar yang relevan. Praktik etika komunikasi yang dilakukan oleh *k-popers* ini sejalan dengan teori konstruksi sosial menurut Morissan [9, hlm. 53-54]), yang menjelaskan mengenai identitas suatu objek. Bila dihubungkan dengan temuan penelitian adalah hasil dari bagaimana *k-popers* mendiskusikan kasus *bullying* yang terjadi di industri *k-pop*, dari bahasa yang digunakan oleh *k-popers* dalam berkomentar terhadap berita *bullying*, dan juga dari cara kelompok *k-popers* menuangkan perhatiannya kepada pengalaman yang dialami oleh masing-masing *k-popers*.

b. Kalimat Identitas Khusus dalam Komentar *K-Popers*, sebagian *k-popers* pernah menggunakan bahasa Korea untuk memperlihatkan identitas khusus sebagai *k-popers* ketika berkomentar, tetapi lebih banyak ditemukan ciri khas seperti nama akun dengan unsur *k-pop*, dan foto profil yang menggunakan foto artis korea pada akun *k-popers*. Budaya komentar *k-popers* ini tidak dapat dipisahkan dari ciri khasnya yakni menggunakan kata-kata bahasa Korea, nama akun, foto profil akun Instagramnya. Tidak ada pelanggaran etika komunikasi yang ditemukan dari penggunaan bahasa Korea tersebut, hal ini menunjukkan bahwa *k-popers* ingin membentuk citra positif dari komunitas mereka. Pola komunikasi yang digunakan dalam aktivitas memberikan komentar ini adalah pola roda, hal ini karena *k-popers* sebagai pengikutnya berhubungan langsung kepada postingan berita yang diunggah oleh admin @panncafe. Admin menyampaikan pesan, lalu *k-popers* memberikan umpan balik dengan memberikan komentar dan menyukai postingan.

3. Melakukan Interaksi antar *K-Popers* dalam Komentar Berita *Bullying*

Pola komunikasi *k-popers* dalam berkomentar adalah melakukan interaksi antar *k-popers* di kolom komentar akun @panncafe. Hal ini sejalan dengan pengertian media sosial menurut Fujiawati & Raharja [4, hlm. 35]) bahwa, media sosial adalah suatu media daring yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi, melakukan interaksi,

berpartisipasi membuat konten, yang diakses oleh pengguna melalui aplikasi khusus dengan terkoneksi internet tanpa dibatasi ruang dan waktu. Terdapat tiga poin dalam pola melakukan interaksi, yakni: umpan balik, balasan komentar, dan pengaruh teknologi terhadap interaksi k-popers.

A. Umpan Balik K-Popers

Setiap k-popers pernah mendapatkan umpan balik yang berbeda setelah memberikan komentar, diantaranya adalah mendapat balasan komentar pro dan kontra terhadap komentarnya. Jika dilihat dari sudut pandang etika komunikasi bermedia sosial, umpan balik positif dari k-popers menunjukkan bahwa mereka saling menghargai ketika berinteraksi, tidak menghakimi satu sama lain, sopan santun, memberikan kesan positif dan komunikasi yang efektif. Sebaliknya, jika umpan balik negatif menunjukkan bahwa, k-popers itu tidak saling menghargai komunikasinya, menghakimi satu sama lain, berkata kasar, memberikan kesan negatif, serta mengganggu kenyamanan komunikasi orang lain.

b. Balasan Komentar K-Popers

Tidak semua k-popers pernah membalas komentar k-popers lain, namun mereka memiliki tujuan untuk membalasnya, karena memiliki pendapat yang berbeda, membantu meluruskan informasi, menemukan komentar unik & berbeda dari yang lain, dan sebagainya. Tetapi jika k-popers yang tidak membalas komentar orang lain biasanya interaksi lain yang dilakukan adalah memberikan like pada komentar yang sependapat dengan opininya. Tujuan membalas komentar oleh k-popers telah menerapkan etika komunikasi bermedia sosial yang diantaranya adalah beropini dengan fakta, berkomunikasi secara sopan, berbicara tanpa menghakimi, memberikan komentar relevan, dan membentuk hal positif.

Pada aktivitas ini, pola komunikasi yang diterapkan adalah pola semua saluran atau pola bintang. Para k-popers dapat saling berinteraksi dengan bebas satu sama lain. Baik yang memberikan komentar maupun yang membalas komentar.

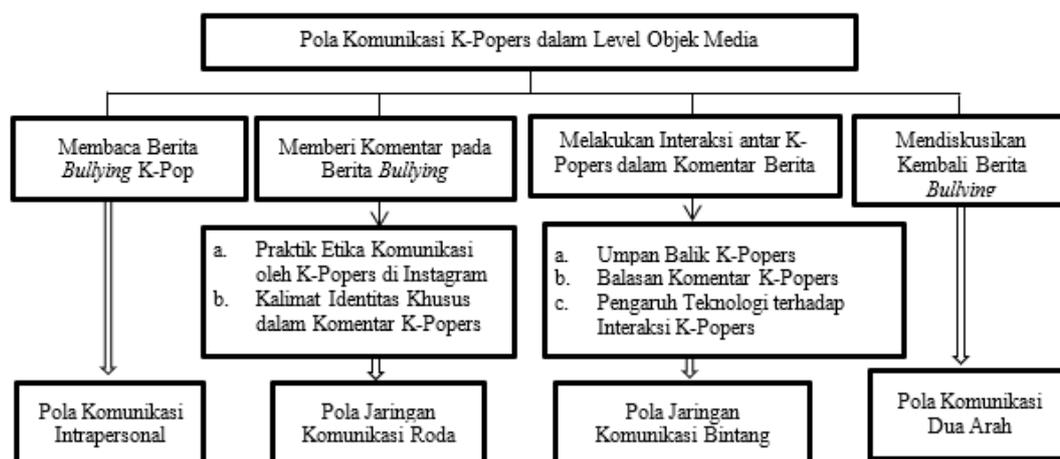
c. Pengaruh Teknologi terhadap Interaksi K-Popers

Perkembangan teknologi internet memiliki pengaruh besar terhadap interaksi antar entitas k-popers, karena internet sifatnya global sehingga tidak mengenal adanya batasan-batasan fisik dan geografis. K-popers bisa berinteraksi dengan orang-orang meskipun jaraknya berjauhan, gender berbeda, pola pikir berbeda, fandom yang berbeda. Internet memiliki sifat global, maka etika komunikasi penggunanya harus semakin diperhatikan, karena apapun hal yang dibagikan di media sosial dapat dilihat oleh siapapun yang terkoneksi internet di seluruh dunia. Hal ini pun serupa dengan salah satu yang diformulasikan oleh Mitra dan Cohen ketika mengamati cyberspace yakni "Globalness", di mana internet itu memiliki sifat yang global sehingga siapapun dapat mengetahui status seseorang [5, hlm 52].

4. Mendiskusikan Kembali Berita Bullying

K-popers mendiskusikan kembali berita bullying k-pop dalam kehidupan nyata setelah membaca beritanya di media sosial dengan teman sesama k-popersnya. K-popers berdiskusi dengan teman sesama k-popers karena memiliki minat yang sama, komunikasi yang dilakukan pun akan lebih terhubung dan saling mengerti satu sama lain. Karena komunikasi di dunia nyata itu tatap muka langsung, sehingga etika komunikasi yang digunakan pun lebih diperhatikan dan disesuaikan tata bahasanya karena mengetahui siapa lawan bicaranya. Komunikasi yang dilakukan pun efektif dan efisien dibandingkan melalui media sosial, sehingga k-popers yang berdiskusi di dunia nyata lebih taat pada aturan dan standar perilaku yang sama seperti etika komunikasi online. Dalam mendiskusikan kembali berita bullying k-pop di dunia nyata ini yang diterapkan adalah pola komunikasi dua arah antar k-popers.

Dari seluruh poin pembahasan mengenai pola komunikasi k-popers dalam level objek media tersebut dapat peneliti gambarkan ke dalam bagan yang dilampirkan berikut ini



Gambar 2. Bagan Pembahasan Pola Komunikasi K-Popers
Sumber: Peneliti (2022)

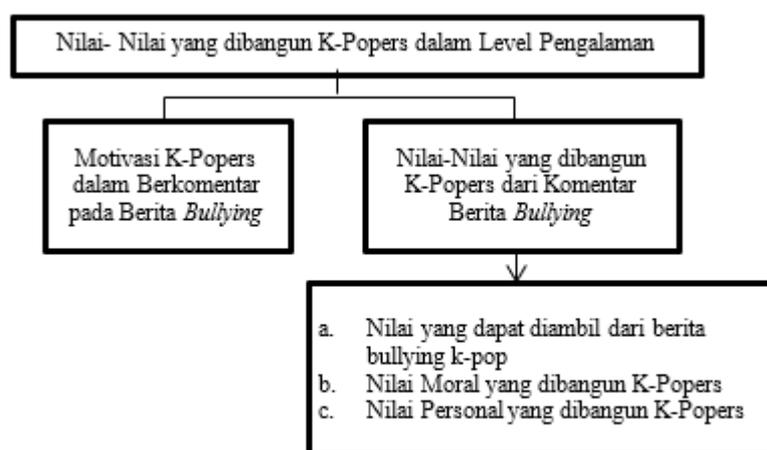
Nilai-Nilai yang dibangun K-Popers dalam Level Pengalaman

Selanjutnya, penelitian ini memaparkan nilai-nilai yang dibangun oleh k-popers dari berkomentar mengenai berita *bullying* k-pop pada akun Instagram @panncafe. Hal ini terdiri dari dua poin pembahasan, yakni motivasi k-popers dalam berkomentar, beserta nilai-nilai yang dibangun k-popers dalam komentar berita *bullying*.

1. Motivasi K-Popers dalam Berkomentar pada Berita *Bullying*
Setiap k-popers memiliki alasan dan latar belakang berbeda untuk menuliskan komentar pada berita *bullying* k-pop, diantaranya yaitu merasa kecewa terhadap artis Korea yang menjadi pelaku, merasa kesal terhadap oknum fans fanatik yang membela idolanya padahal terbukti menjadi pelaku *bullying*, menempatkan dirinya sebagai korban dan pernah mengalami tindakan *bullying*, memberikan kritik dan saran kepada para agensi perusahaan artis karena maraknya kasus *bullying* dari para artis atau idol k-pop, dan ada pula yang memiliki alasan bahwa k-popers kasihan terhadap artis yang terkena kasus *bullying* tersebut.
2. Nilai-Nilai yang dibangun K-Popers dalam Komentar
 - a. Nilai yang dapat diambil dari berita *bullying* k-pop, berita *bullying* k-pop dapat memberikan dampak positif kepada pembacanya, yakni membantu k-popers untuk mendapatkan nilai, informasi dan pengetahuan terkait *bullying*. Nilai yang dapat diambil diantaranya adalah jangan melakukan tindakan *bullying* karena dampak negatifnya begitu banyak, sebisa mungkin harus dipertanggung jawabkan. Jangan membela pelaku *bullying* walaupun itu terjadi di masa lalunya. Berikan sanksi yang sesuai dan adil kepada pelaku maupun itu artis atau bukan. Nilai yang dapat diambil tersebut sejalan dengan salah satu tujuan dan alasan audiensi dalam menggunakan media, yakni pengawasan. Pengawasan dengan kata lain bahwa media akan membantu individu untuk mendapatkan sesuatu atau menambah pengetahuan dan informasi (McQuail dan rekan dalam [9, hlm 510]).
 - b. Nilai Moral yang dibangun K-popers dalam Komentar Berita *Bullying*, nilai moral yang dibangun k-popers adalah jangan melakukan tindakan *bullying* dalam bentuk apapun, jangan meremehkan mental dan trauma korban, jangan sampai membela orang yang salah, jangan merugikan dan menyakiti orang lain, bersikap baiklah kepada setiap orang, jangan menutup kesalahan seseorang dengan cara licik, sanksi sosial harus diberikan pada pelaku *bullying*, jangan terlalu cepat menilai dan menuduh seseorang, jangan menganggap remeh tindakan *bullying*, dan jangan membela diri ketika berbuat suatu kesalahan.
 - c. Nilai Personal yang dibangun K-Popers dalam Komentar Berita *Bullying*,

nilai-nilai personal yang dibangun dari komentar k-popers adalah memahami perasaan dan kesehatan mental korban *bullying*, keberanian diri untuk *speak up* masalah *bullying*, setiap manusia tidak selalu sempurna menjadi pribadi yang baik, harus bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan, integritas diri, penentuan diri, memiliki pemikiran yang berkembang, meminta maaf pada korban *bullying* dengan ketulusan.

Dari seluruh pembahasan mengenai nilai-nilai yang dibangun k-popers dalam level pengalaman tersebut dapat peneliti gambarkan ke dalam sebuah bagan berikut ini.



Gambar 3. Bagan Pembahasan Nilai yang dibangun K-Popers
Sumber: Peneliti (2022)

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Budaya siber komentar diproduksi oleh k-popers, difasilitasi oleh fitur di Instagram. Prosedur publikasi komentar dan menjawab komentar di Instagram dilakukan dengan syarat yang mudah. Kemudahan tersebut menjadikan k-popers terlalu bebas untuk berkomentar, tanpa disaring kembali pengguna langsung mengirimkan komentarnya. Kemudian, tata bahasa yang digunakan pun lebih diperhatikan dan gunakan bahasa yang sopan, karena kemungkinan k-popers tidak mengetahui siapa lawan bicaranya. Dalam memanfaatkan perkembangan fitur komentar di Instagram tetap harus menerapkan etika komunikasi. Agar fitur tersebut dimanfaatkan dengan maksimal dan agar tetap terjaga komunikasi yang baik antar k-popers di Instagram. Dalam kebanyakan dari akun instagram k-popers, identitas dirinya tidak ditampilkan, mereka lebih menunjukkan dirinya sebagai k-popers anonim, mereka cenderung lebih bebas untuk berekspresi di dunia virtual, namun sebaiknya tetap harus menerapkan etika komunikasi yang baik dalam berekspresi di dunia maya. Untuk watak dan karakter pribadi k-popers tetap memiliki persamaan dengan di dunia nyata. Dalam unsur-unsur produksi komentar k-popers terdiri dari: (1)pemahaman k-popers mengenai etika komunikasi di media sosial yakni mengutamakan kesopanan dalam berkomentar; (2)K-popers bebas beropini meskipun tahu adanya aturan etika komunikasi bermedia sosial; (3)Pemilihan kata oleh k-popers berbeda-beda, ada yang sangat teliti untuk memperhatikan tata bahasanya, ada pula yang hanya spontan saja; (4)Bentuk komentar dari k-popers hanya dalam bentuk teks dan gambar saja yang relevan; (5)Tujuan komentar k-popers ditentukan oleh mereka, sehingga mereka harus menyesuaikan penggunaan bahasa dalam komentarnya; (6)Hashtag yang digunakan k-popers untuk memprotes artis pelaku *bullying* cenderung seperti menghakimi; (7)Kontribusi penulisan komentar, hanya dari pemikiran mereka sendiri saja, namun juga terkadang melihat sumber referensi agar tidak menyebarkan *hoax*.

2. Terdapat 4 pola komunikasi k-popers dalam berkomentar terhadap berita *bullying*, yakni:
 - a. Membaca berita *bullying*, tujuannya agar mendapat informasi secara utuh, sehingga mampu beropini berdasarkan fakta. Aktivitas ini termasuk pada pola komunikasi intrapersonal.
 - b. Memberi komentar pada berita *bullying*. Praktik etika komunikasi yang terlihat, k-popers melakukan beberapa pelanggaran seperti kata kasar, provokatif, dan juga adanya *hoax*. Sedangkan etika komunikasi bermedia sosial yang lainnya telah diterapkan dengan baik. Kalimat identitas khusus yang terlihat adalah penggunaan kata bahasa Korea, tidak ada pelanggaran etika dari penggunaan bahasa korea tersebut. Aktivitas ini termasuk pada pola roda.
 - c. Melakukan interaksi antar k-popers dalam komentar berita *bullying*, dari interaksi yang dilakukan terdapat umpan balik positif dan negatif. Untuk balasan komentar, membentuk hal positif di dalam interaksinya. Perkembangan teknologi berpengaruh besar terhadap berjalannya interaksi, karena sifatnya yang global etika komunikasi harus dipraktikkan. Aktivitas ini termasuk pada pola semua saluran/ pola bintang.
 - d. Mendiskusikan kembali berita *bullying* di dunia nyata dengan teman sesama k-popers, dalam dunia nyata komunikasi yang berjalan dirasa lebih efektif dan efisien karena dilakukan secara tatap muka dan etika komunikasinya pun lebih diperhatikan. Aktivitas ini termasuk pada pola komunikasi dua arah.
3. Nilai-nilai yang dibangun k-popers. Dalam hal ini terdiri dari dua poin pembahasan, yakni motivasi k-popers berkomentar & nilai yang dibangun k-popers dalam komentar. Setiap k-popers memiliki alasan dan latar belakang untuk menuliskan komentarnya, yang diantaranya adalah karena merasa pernah menjadi korban *bullying*, kecewa terhadap artis pelaku *bullying*, kesal terhadap fans fanatik yang membela pelaku *bullying*, merasa kasihan terhadap artis yang terlibat dari berita *bullying* dan ingin memberikan kritik serta saran terhadap pihak yang terkait.

Nilai yang dibangun k-popers dalam komentar terbagi menjadi tiga poin pembahasan yakni nilai yang diambil dari berita *bullying*, serta nilai moral & nilai personal yang dibangun. Berita *bullying* dapat memberikan dampak positif kepada pembaca sebagai pembelajaran, yakni dapat membantu k-popers mendapat nilai, informasi dan pengetahuan tentang *bullying* seperti dampaknya, bentuknya, dan pencegahannya. Nilai moral yang dibangun dalam komentar k-popers adalah jangan melakukan *bullying* dalam bentuk apapun, jangan meremehkan mental dan trauma korban, bersikap baik kepada setiap orang, memberikan sanksi sosial kepada pelaku *bullying*. Sedangkan nilai personal yang dibangun k-popers dalam komentar berita *bullying* adalah memahami mental dan berempati kepada setiap korban *bullying*, keberanian diri, bertanggung jawab, integritas diri, penentuan diri, memiliki *mindset* berkembang.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini, yakni kepada Prof. Dr. H. Edi Setiadi, SH., MH., selaku Rektor Universitas Islam Bandung, beserta segenap jajarannya. Prof. Dr. Atie Rachmiate, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, beserta segenap jajarannya. Alex Sobur, Drs., M.Si., selaku Ketua Prodi Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, beserta segenap jajarannya. Dr. Rini Rinawati, Dra., M.Si, selaku Dosen Pembimbing. M. E. Fuady, S.Sos. M.Si, selaku Dosen Wali. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Seluruh pihak yang terkait dalam proses penelitian ini yaitu 8 orang informan yang tak dapat saya sebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

- [1] Putri AW. Masalah Perundungan yang Tak Kunjung Tuntas di Korea Selatan [Internet]. *tirto.id*. 2022 [cited 2022 Jun 9]. Available from: <https://tirto.id/masalah-perundungan-yang-tak-kunjung-tuntas-di-korea-selatan-gsrq>
- [2] ZAKIYAH EZ, HUMAEDI S, SANTOSO MB. Faktor Yang Mempengaruhi Remaja Dalam Melakukan Bullying. *Pros Penelit dan Pengabd Kpd Masy*. 2017;4(2):324–30.
- [3] Kencana WH, Situmeang IVO, Meisyanti M, Rahmawati KJ, Nugroho H. Penggunaan

- Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRA-ITH Hum J Sos dan Hum*. 2022;6(2):136–45.
- [4] Fujiawati FS, Raharja RM. Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran. *J Pendidik Dan Kaji Seni*. 2021;6(1):32–44.
- [5] Nasrullah R. Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media; 2020.
- [6] Mufid M. Etika dan Filsafat Komunikasi. Jakarta: KENCANA Prenada Media; 2012.
- [7] Ihsani AFA, Febriyanti N. Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *J Al Azhar Indones Seri Ilmu Sos*. 2021;2(1):24–35.
- [8] Febriyanti SN, Tutiasri RP. Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial. *J Ilmu Komun*. 2018;1(1).
- [9] Morissan. Teori Komunikasi: Individu hingga Massa. Jakarta: KENCANA Prenada Media; 2013.
- [10] Nur, Nindi Asperina. (2021). *Hubungan Antara Iklan Instagram Steak Ranjang dengan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 1(2). 112-118
- [11] Ginting R. Etika Komunikasi. In: Fauzi R, editor. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: PENERBIT INSANIA; 2021. p. 1–17.
- [12] Ongko Wijoyo D, Anne Maryani. Analisis Media Sosial Mengenai Isu Indonesia Sebagai Negara Paling Tidak Sopan di Asia Tenggara. *Bandung Conf Ser Commun Manag*. 2022;2(1):233–9..