

Analisis Perundungan Siber *Flaming* atas Komunikasi Penggemar BTS di Twitter

Handrian Taufik, Maulana Rezi Ramadhana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University^{1,2}
 Jln. Telekomunikasi, No. 1, Terusan Buah Batu, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kab. Bandung 40257
 e-mail : handriantfk@student.telkomuniversity.ac.id, rezimaulana@telkomuniversity.ac.id

Submitted: 8 Maret 2022, Revised: 10 Juni 2022, Accepted: 15 Juni 2022

ABSTRACT

In the current digital era, Popular Culture is a culture that is widely consumed by the public. The presence of social media also makes the access to popular culture such as K-Pop become easier. An example can be seen in the habit of fan accounts on Twitter which builds a communication process both with idol artists and with fellow fans. The interactions carried out included discussions regarding idol artists, works, idols' daily activities, and others. However, this interaction also does not rule out negative interactions such as cyberbullying. Using a Virtual Ethnography approach, this study was conducted to find the theme of the flaming message transmitted by fans of the BTS or ARMY group as a specific understanding of the implications of cyberbullying events on Twitter. This study uses software, namely ATLAS.ti to assist the process of collecting research data to the process of data analysis. The results of this study found four themes of cyberbullying messages transmitted by ARMY on Twitter, namely flaming cyberbullying messages with the themes of attacking, cursing, condescending, and laughing. This study also found that a flaming message is a form of defensive action taken by ARMY in defending their idol artist which is rooted in the fanaticism of fans. This research is expected to be able to increase digital literacy for social media users, especially Twitter, increase awareness to wisely use social media, and become a reference for further research.

Keywords: *bts army, cyberbullying, flaming messages, new media*

ABSTRAK

Pada era digital seperti saat ini, Budaya Populer menjadi budaya yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Kehadiran media sosial juga membuat akses terhadap budaya populer seperti K-Pop semakin mudah. Contohnya dapat dilihat pada kebiasaan akun penggemar di Twitter yang membangun proses komunikasi baik bersama artis idola maupun ke sesama penggemar. Interaksi yang dilakukan di antaranya meliputi pembahasan terkait artis idola, karya, aktivitas sehari-hari idola, dan lain-lain. Namun, interaksi ini juga tidak menutup kemungkinan memunculkan interaksi bersifat negatif seperti perundungan siber. Dengan menggunakan pendekatan Etnografi Virtual, penelitian ini dilakukan untuk menemukan tema pesan *flaming* yang ditransmisikan oleh penggemar grup BTS atau ARMY sebagai pemahaman yang spesifik dari implikasi peristiwa perundungan siber di Twitter. Penelitian ini menggunakan peranti lunak yaitu ATLAS.ti untuk membantu proses pengumpulan data penelitian hingga proses analisis data. Hasil penelitian ini menemukan empat tema pesan perundungan siber yang ditransmisikan oleh ARMY di Twitter, yaitu pesan perundungan siber *flaming* dengan tema menyerang, mengumpat, merendahkan, dan menertawakan. Penelitian ini juga menemukan bahwa pesan *flaming* adalah bentuk defensif yang dilakukan oleh ARMY dalam membela artis idolanya yang berakar dari sifat fanatisme penggemar. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital bagi pengguna media sosial khususnya Twitter, meningkatkan kesadaran untuk bijak menggunakan media sosial, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci: *BTS army, media baru, pesan flaming, perundungan siber*

LATAR BELAKANG

Masyarakat pada era digital semakin tidak dapat dipisahkan dengan budaya populer. Budaya yang sehari-hari dikonsumsi dan digemari oleh masyarakat ini, sebagaimana dijelaskan oleh Williams, merupakan sebuah kebudayaan yang lahir dari masyarakat dan ditujukan untuk masyarakat (Gustam, 2015). Salah satu bentuk budaya populer yang banyak diminati adalah budaya K-Pop. Tingginya minat dan antusias masyarakat dunia terhadap industri hiburan dari Korea Selatan ini dikenal dengan istilah *korean wave* atau *hallyu*, yang berakar dari kata *hanliu* dalam bahasa Mandarin yang mana istilah ini digunakan pada saat K-Pop mulai masuk ke Tiongkok (Tanpli, 2020).

Tingginya minat masyarakat dunia terhadap K-Pop dapat dilihat pada fenomena munculnya grup musik asal Negeri Ginseng ini, seperti grup BTS. BTS atau *Bangtan Boys* (*Bulletproof Scout Boys*) adalah sebuah *boy group* yang aktif sejak tahun 2013. Grup ini memiliki basis penggemar yang loyal serta aktif mendukung kegiatan BTS yang dikenal dengan nama ARMY. Grup ini merupakan salah satu grup K-Pop yang berkontribusi dalam membawa budaya populer asal Korea Selatan ini ke kancah internasional hingga menjadi topik perbincangan di kalangan kritikus musik dunia (Tanpli, 2020).

Pemanfaatan perkembangan teknologi yang ada serta faktor globalisasi membuat proses persebaran informasi mengenai K-Pop dan BTS menjadi lebih mudah (Ridaryanthi, 2014). Bentuk pemanfaatan perkembangan teknologi adalah adanya media sosial yang dapat digunakan untuk membangun interaksi dengan penggemar. Media sosial merupakan suatu media berbasis jaringan internet yang dapat dimanfaatkan untuk membangun hubungan dan komunikasi antar pengguna internet di seluruh dunia (Eisenberg dalam Pratama, 2020). Salah satu media sosial adalah Twitter yang merupakan salah satu bentuk media sosial microblog di mana pengguna dapat membagikan opini pribadinya kepada pengguna lainnya secara cepat, mudah, sederhana dan dalam skala yang kecil (Pratama, 2020).

Dengan menggunakan Twitter, para anggota grup BTS dan penggemar dapat membangun proses komunikasi. Komunikasi ini terjalin apabila terdapat pesan yang menjadi alat untuk bertukar informasi sehingga dapat menciptakan kebersamaan antara komunikator atau pengirim pesan dan komunikan atau penerima pesan (Nurudin, 2016). Harold D. Lasswell dalam Nurudin (2016) menyebut bahwa sebuah proses komunikasi yang efektif adalah ketika proses tersebut menjelaskan siapa yang berbicara, mengatakan apa, lewat saluran apa, kepada siapa, dan memberikan dampak atau efek apa. keterlibatan pesan diperlukan agar informasi yang hendak disampaikan oleh komunikator dapat diterima serta dipahami oleh komunikan. Komunikasi yang dibangun oleh para penggemar didominasi oleh *cyber account* lebih tepatnya *fan account* atau akun penggemar yang digunakan secara personal namun pengguna tidak mengungkapkan identitas aslinya meskipun masih membagikan opini-opini personal yang tidak berkaitan dengan artis idolanya (Nugraha & Rachmawati, 2019).

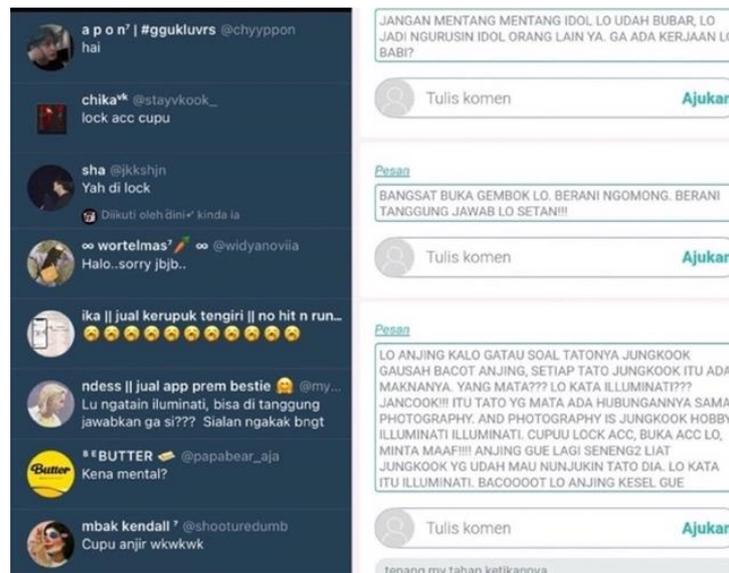
Pada dasarnya, pesan merupakan sebuah produk yang dihasilkan oleh komunikator yang ditujukan kepada komunikan baik secara langsung maupun melewati media yang sesuai (Purwasito, 2017). Pesan juga diartikan sebagai representasi dari gagasan yang dimiliki oleh komunikator yang ditransmisikan dalam bentuk tanda-tanda tertentu yang memiliki makna dan maksud tertentu.

Pesan-pesan yang ditransmisikan oleh akun penggemar tidak selamanya bersifat positif. Beberapa interaksi yang terjadi kerap kali berujung pada hal-hal negatif seperti *cyberbullying*. *Cyberbullying* atau perundungan siber ini diartikan sebagai suatu fenomena baru yang muncul karena adanya perkembangan teknologi di bidang komunikasi berupa pengiriman pesan yang bersifat menindas dan mengancam lewat media daring (Syaputri, 2018). Salah satu temuan penulis terkait perundungan siber di kalangan pengguna akun penggemar adalah yang dialami oleh akun @sinbku di Twitter. Akun @sinbku merupakan salah satu akun yang didedikasikan untuk mendukung girl group asal Korea Selatan bernama GFRIEND. Pada Minggu, 13 Juni 2021 akun @sinbku membagikan opininya mengenai tato 'seram' yang dimiliki oleh salah satu member BTS. Dikarenakan adanya lambang mata satu pada tato tersebut, @sinbku menulis "bts x iluminati" pada twitnya.



Gambar 1. Opini @sinbku terkait tato anggota BTS

Twit ini mendapat tanggapan dan respons dari pengguna lainnya tidak lama setelah @sinbku membagikannya. Tanggapan dari pengguna lain cukup beragam. Beberapa ada yang setuju dengan opini @sinbku, ada yang menangkap opini tersebut sebagai lelucon, hingga ada yang menanggapi dengan kata-kata yang bersifat menyerang. Twit-twit dengan tujuan untuk menyerang @sinbku dapat ditemukan pada kolom balasan atau *Replies* dari twit yang ia bagikan. Tidak hanya pada kolom balasan, namun kolom pesan langsung atau *direct message* milik @sinbku juga dipenuhi dengan cacian serta ancaman dari penggemar BTS kepada @sinbku. ARMY juga ikut meremehkan *Secreto* milik @sinbku. *Secreto* adalah sebuah layanan yang dapat digunakan oleh pengguna untuk memberikan pesan kepada pengguna lain secara anonim. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari @sinbku ia menerima ancaman kematian serta anjuran untuk mengakhiri hidupnya yang dikirimkan oleh ARMY.



Gambar 2. Respons penggemar BTS terhadap opini @sinbku

Dari temuan di atas, penulis menemukan bahwa pengguna Twitter yang mengirimkan pesan perundungan kepada @sinbku adalah akun penggemar. Pesan-pesan perundungan yang diterima oleh @sinbku dikategorikan sebagai bentuk pesan flaming, yaitu pesan berapi-api yang ditujukan untuk menyerang korban (Karyanti & Aminudin, 2019). Sebagaimana yang telah disebutkan, akun penggemar merupakan bentuk *cyber account* atau akun yang pemiliknya tidak menunjukkan identitas aslinya di media sosial. Hal ini dapat diartikan bahwa akun penggemar ini sendiri bersifat anonim. Selanjutnya, pengiriman pesan perundungan lewat media anonim seperti Secreto juga membuat anonimitas pesan tersebut semakin meningkat. Dari kedua hal tersebut, dapat diartikan bahwa anonimitas menjadi salah satu hal yang mendasari mengapa pelaku mengirim pesan perundungan kepada korban.

Perundungan siber adalah tindakan negatif yang dilakukan oleh seorang pelaku kepada korban secara berulang-ulang melalui media elektronik (Nasrullah, 2015). Tindakan-tindakan negatif ini dapat membuat korban yang mengalaminya merasa tidak berdaya, serta merasa terluka baik secara fisik maupun mental (Siwi Fatma Utami & Baiti, 2018). Rigby dalam Karyanti & Aminudin (2019) menyebutkan dalam sebuah peristiwa perundungan terdapat pihak-pihak yang terlibat diantaranya yaitu *bully* atau pelaku, *victim* atau korban, *assitance bully*, *reinforcer*, *defender*, dan *outsider*. Pesan perundungan siber ditandai dengan pesan-pesan yang memuat kekerasan dengan tujuan untuk menyerang korban (Utami, 2014). Rastati menyebutkan pesan perundungan siber berisi kata-kata kasar atau umpatan dalam suatu percakapan dengan maksud untuk mempermalukan korban (Pratiwi & Kusuma, 2019). Perilaku merendahkan orang lain lewat media sosial maupun media berbasis elektronik lainnya dapat dikategorikan sebagai perundungan siber (Maya, 2015).

Salah satu bentuk perundungan siber adalah *flaming*. Willard (dalam Karyanti & Aminudin, 2019) mendefinisikan *Flaming* sebagai tindakan di mana pelaku mengirimkan pesan-pesan yang berisi kata-kata kasar ke suatu grup daring maupun kepada korban secara langsung. Istilah ini berasal dari kata *flame* yang dikaitkan dengan pesan perundungan bentuk *flaming* berupa pesan yang berapi-api. Indikator terjadinya perundungan siber *flaming* ditandai oleh kehadiran kata-kata yang memuat makian, hinaan, serta kata-kata negatif pada saat berinteraksi dan

berkomunikasi lewat media *online* (Jane, 2015). Pesan *flaming* juga memiliki peran dalam memprovokasi suatu pelanggaran yang seringkali menimbulkan rasa tidak nyaman serta menyebalkan ketika dibaca. Oleh karena itu, pesan-pesan *flaming* itu dianggap tidak sesuai dengan norma dan nilai-nilai baik yang berlaku di masyarakat (Jane, 2015). Terkait penggunaan media sosial oleh remaja, remaja memiliki kemungkinan dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar sehingga mendorongnya untuk menyebarkan pesan perundungan siber *flaming* di media sosial (Maya, 2015).

Perlindungan dan penanggulangan dalam fenomena perundungan siber perlu untuk dilakukan karena seseorang yang terlibat menjadi korban dalam peristiwa ini kerap merasakan dampak negatif setelah menerima pesan perundungan. Beberapa dampak yang kerap muncul ialah seperti merasa terasingkan, depresi, tertekan, merasa diperlakukan secara tidak manusiawi, dan juga merasa tidak berdaya setelah menerima pesan perundungan (Karyanti & Aminudin, 2019). Smith dalam Karyanti dan Aminudin (2019) menyebutkan bahwa bentuk pesan berupa gambar, klip video, atau panggilan telepon merupakan bentuk pesan yang memberikan dampak paling besar pada diri korban. Dampak yang timbul bahkan dapat mencapai tahap munculnya keinginan untuk mengakhiri hidup pada diri korban (Marsinun & Riswanto, 2020).

Penelitian terkait perundungan siber telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian pertama yaitu riset mengenai perbedaan bentuk pesan perundungan berdasarkan gender pelaku kepada Jonatan Christie yang membahas bagaimana gender pelaku perundungan siber dapat memengaruhi bagaimana bentuk pesan perundungan diberikan kepada korban, salah satunya adalah pesan perundungan siber berbentuk *flaming* (Suryaningrum, 2019). Selanjutnya yaitu penelitian mengenai bagaimana *fanwar* atau perdebatan antar penggemar dapat menjadi sumber terjadinya perundungan siber *flaming* dan *online harassment* terutama di media sosial Instagram (Hartono, 2019). Terkait ragam bahasa yang digunakan, terdapat pula penelitian mengenai penggunaan bahasa alay dalam pesan perundungan *flaming* di media sosial Facebook (Damayanti, 2018). Penelitian berskala internasional mengenai perundungan siber juga dilakukan seperti penelitian etnografi virtual pada kelompok pemuda pengguna Facebook di Afrika Selatan yang membahas bagaimana perundungan siber dilakukan untuk menyerang korban berdasarkan penampilan atau *flaming* serta melakukan pelecehan seksual atau *sexting* (Rachoene & Oyedemi, 2015). Tidak hanya itu saja, terdapat juga penelitian mengenai peran emotikon yang digunakan pada pesan perundungan siber untuk mengungkapkan rasa kesal, amarah, jijik, dan mengancam kepada para pemburu yang ditujukan kepada para pemburu di Polandia (Matulewska & Gwiazdowicz, 2020).

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, penulis menemukan bahwa penelitian mengenai pesan perundungan siber di kalangan akun penggemar di media sosial mana pun masih sulit untuk ditemui, terutama Twitter. Padahal, jika menilik kembali temuan awal penulis mengenai perundungan siber yang dialami oleh @sinbku menunjukkan peristiwa perundungan siber bentuk *flaming* banyak terjadi di Twitter. Fenomena ini bahkan dapat terjadi antara pelaku dan korban yang sama sekali tidak saling kenal di dunia nyata. Hal ini menarik minat serta perhatian penulis untuk melakukan penelitian mengenai pesan perundungan *flaming* yang ada di kalangan pengguna akun penggemar di Twitter.

Fenomena perundungan di media sosial ini penting untuk diteliti karena dapat menjadi gambaran bagi pengguna media sosial agar lebih bijak dalam literasi penggunaan media sosial. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tema pesan yang ditransmisikan ARMY Twitter yang memuat bentuk perundungan siber *Flaming*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual untuk memahami kebiasaan para ARMY di Twitter terkait penyebaran pesan perundungan siber flaming melalui penelusuran terhadap kelompok ARMY di Twitter serta mengumpulkan dokumen-dokumen terkait. Proses pengumpulan data akan dilakukan dengan teknik observasi untuk mengumpulkan twit-twit yang dibagikan oleh ARMY dengan dibantu oleh perangkat lunak ATLAS.ti. Twit-twit yang memuat pesan perundungan siber *flaming* akan dianalisis untuk menemukan tema dan kategori pesan perundungan.

Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah bagaimana tema pesan yang ditransmisikan ARMY Twitter yang memuat bentuk perundungan siber *Flaming*?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis memilih kualitatif sebagai metode penelitiannya. Penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan mengenai suatu hal secara mendalam. Penelitian kualitatif mengacu kepada makna, konsep, karakteristik, serta definisi dari hal yang diteliti (Salim & Syahrums, 2012). Salah satu pendekatan yang ada pada penelitian kualitatif adalah Etnografi Virtual yang diartikan sebagai sebuah metode penelitian etnografi untuk mengungkapkan realitas atau kenyataan yang terdapat pada komunikasi termediasi komputer antar anggota komunitas virtual di internet (Kriyantono, 2006). Etnografi virtual dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang spesifik dan jelas dari signifikansi dan implikasi penggunaan media internet (Hine, 2000).

Penelitian ini menempatkan kelompok penggemar BTS yang bernama ARMY sebagai kelompok yang proses interaksi komunikasinya akan diamati. Selanjutnya, peran Twitter sebagai media sosial tempat ARMY berinteraksi membuat penelitian ini dilakukan pada dunia maya atau virtual. Oleh karena itu, Etnografi Virtual merupakan pendekatan yang paling tepat untuk digunakan pada penelitian ini. Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah ruang virtual khususnya pada forum-forum akun penggemar BTS atau ARMY di media sosial Twitter. Subjek dalam penelitian ini adalah ARMY pengguna *fan account* di Twitter yang mendedikasikan akunnya untuk mendukung *boygroup* BTS. Sementara yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pesan-pesan yang dibagikan oleh ARMY di media sosial Twitter yang memuat pesan perundungan siber *flaming*.

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam metode pemilihan informan. Teknik ini dilakukan agar penulis dapat menemukan informan yang sesuai dengan kriteria sehingga dapat memberikan kontribusi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria akun yang dapat menjadi informan dalam penelitian ini adalah a) merupakan akun penggemar bukan akun pribadi, b) tidak menggunakan foto maupun identitas asli lainnya pada akun, c) akun tidak diprivasi sehingga twit dapat dilihat, d) akun memiliki paling sedikit 50 pengikut (bukan akun kosong), e) mengikuti @BTS_twt dan/atau @bts_bighit, f) membagikan twit dalam bahasa Indonesia,

dan g) pesan yang dianalisis adalah tweet yang memuat kata kunci 'bts' dan/atau 'bangtan' serta terindikasi sebagai pesan perundungan siber *flaming*.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Observasi sebagai teknik pengumpulan data. Lebih spesifik lagi, dalam penelitian ini penulis memilih Observasi Partisipatif Pasif dalam melakukan pengumpulan data. Hal ini dilakukan dengan cara penulis terjun langsung ke lokasi penelitian tanpa ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh komunitas atau kelompok yang diteliti. Penulis akan melakukan observasi dan penelusuran terhadap tweet yang diunggah oleh informan dalam rentang waktu yaitu 27 November – 8 Desember 2021. Pemilihan rentang waktu tersebut didasari pada beberapa faktor, diantaranya yaitu a) BTS menggelar konser di Los Angeles, CA, Amerika Serikat pada 27 November – 2 Desember 2021 waktu setempat, b) terdapat berita palsu yang beredar di masyarakat mengenai BTS yang terancam batal menggelar konser di Batam karena menolak untuk melakukan karantina pada 29 November 2021, dan c) anggota BTS secara serentak membuka akun Instagram pribadi pada 6 Desember 2021. Selain tweet-tweet pada rentang waktu tersebut, dokumen-dokumen lainnya seperti artikel berita dan unggahan terkait BTS ARMY di media sosial lain juga menjadi data untuk penelitian ini, didukung juga dengan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan Teknik Miles-Huberman yang meliputi tahapan reduksi data-data yang dianggap tidak diperlukan, penyajian data dalam bentuk tabel atau grafik, hingga tahapan verifikasi dan penarikan kesimpulan. Untuk memudahkan prosesnya, penulis menggunakan aplikasi ATLAS.ti untuk membantu proses penelitian mulai dari proses pengumpulan data tweet hingga proses analisis data.

Untuk mempermudah dalam proses menganalisis isi pada data-data yang dikumpulkan, penulis memanfaatkan kembali aplikasi ATLAS.ti untuk mempermudah proses analisis isi tiap tweet yang berhasil dikumpulkan. Perangkat lunak ini dikenal sebagai *tools* yang dapat digunakan pada penelitian kualitatif untuk membantu penulis dalam mengodekan, mengategorikan, serta menganalisis data kualitatif yang dikumpulkan secara terstruktur dan efisien (Afriansyah, 2018).

Pemilihan aplikasi ATLAS.ti ini didasari oleh fitur multifungsi yang dimiliki oleh aplikasi ini, yang mana penulis dapat menggunakannya untuk proses pengumpulan data penelitian hingga proses analisis data untuk menemukan tema dan kategori pesan perundungan siber *flaming* yang dibagikan oleh ARMY di Twitter.

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan teknik triangulasi data sebagai teknik keabsahan data. Adapun jenis triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu pengujian kredibilitas data dengan memeriksa data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber dilakukan oleh penulis dengan cara mengadakan kegiatan observasi selama beberapa periode untuk menguji kredibilitas data melalui sumber yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses penelitian dilakukan dengan melakukan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan tweet yang dibagikan oleh akun-akun yang memenuhi kriteria informan. Tweet yang dikumpulkan dikumpulkan sesuai dengan periode waktu yang

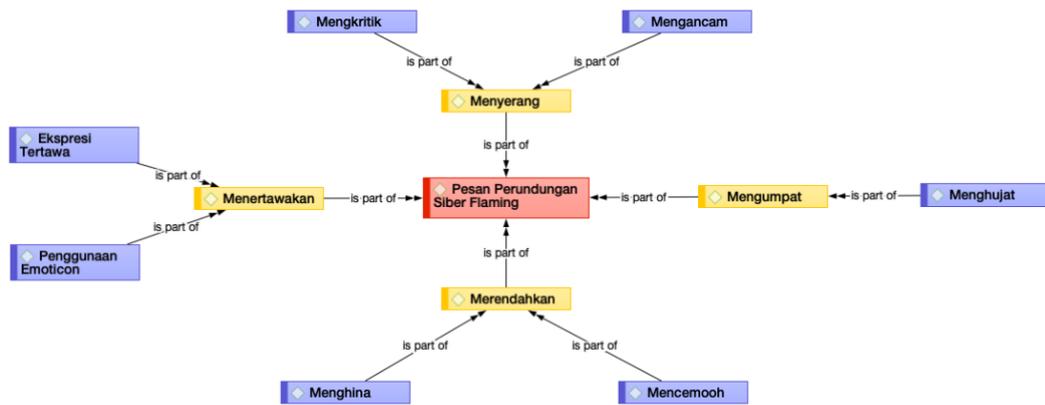
telah ditentukan, yaitu 27 November – 8 Desember 2021 serta memuat kata kunci ‘BTS’ dan/atau ‘Bangtan’.

Setelah melakukan observasi dan reduksi data, penulis berhasil mengumpulkan sebanyak 252 twit yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Dari total keseluruhan twit tersebut, ditemukan sebanyak 94 twit yang terindikasi sebagai bentuk perundungan siber *flaming*. Ditemukan 4 tema pesan *flaming* yang muncul dari interaksi dan percakapan yang dilakukan oleh penggemar BTS di Twitter. Tema yang ditemukan dari proses penelitian ini berperan sebagai pemahaman yang spesifik dan jelas dari signifikansi dan implikasi dari peristiwa perundungan siber di Twitter yang dilakukan oleh penggemar BTS.

Dalam sebuah proses komunikasi, Lasswell menyebutkan terdapat unsur-unsur yang terlibat yaitu komunikator, pesan, *channel*, komunikan, dan efek atau pengaruh yang muncul dari proses tersebut (Nurudin, 2016). Jika dikaitkan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah peristiwa perundungan, seorang *bully* atau pelaku perundungan berperan sebagai komunikator sedangkan *victim* atau korban mengambil peran sebagai komunikan (Rigby dalam Karyanti & Aminudin, 2019). Kalimat dan perilaku agresif yang diberikan oleh *bully* merupakan pesan-pesan yang diterima oleh komunikan atau *victim* yang dapat memberikan dampak atau efek tertentu pada korban seperti perasaan tidak berdaya serta terluka secara fisik maupun mental (Utami & Baiti, 2018). Pesan-pesan yang ditransmisikan pada peristiwa perundungan siber dibagikan dengan menggunakan media internet yang dalam penelitian ini adalah media sosial Twitter. Twitter sebagai *channel* memuat pesan-pesan yang terindikasi sebagai bentuk perundungan siber yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan serta dapat memberikan dampak pada diri komunikan.

Bentuk perundungan siber yang dibahas pada penelitian ini adalah perundungan siber *flaming*. *Flaming* merupakan bentuk perundungan siber yang bersifat menyerang yang ditandai dengan adanya penggunaan kata-kata kasar atau umpatan di dalamnya (Willard dalam Karyanti & Aminudin, 2019). Pesan *Flaming* bersifat frontal sehingga kerap membuat komunikan, atau dalam kasus ini korban, merasa tidak nyaman. Pesan *Flaming* ini kerap muncul di berbagai platform media sosial yang banyak digunakan seperti Twitter.

Selama periode observasi dilakukan terdapat 252 twit yang sesuai dengan kriteria penelitian. Hasil penelitian ini menemukan 94 twit yang diidentifikasi sebagai pesan dengan bentuk *flaming*. Ditemukan 4 tema pesan *flaming* yang muncul dari interaksi dan percakapan yang dilakukan oleh penggemar BTS di Twitter. Tema yang ditemukan dari proses penelitian ini berperan sebagai pemahaman yang spesifik dan jelas dari signifikansi dan implikasi dari peristiwa perundungan siber di Twitter yang dilakukan oleh penggemar BTS.



Gambar 3. Tema pesan perundungan siber flaming

a. Menyerang

Tema “Menyerang” merupakan salah satu tema yang ditemukan dari hasil penelitian. Pesan dengan tema ini ditransmisikan dengan tujuan untuk memberikan serangan kepada pihak yang dituju. Kehadiran tema ini didasari pada definisi yang dikemukakan oleh Utami (2014) mengenai pesan perundungan siber merupakan pesan-pesan yang dibuat dengan tujuan untuk menyerang korban. Pesan *Flaming* dengan tema menyerang juga dapat berupa penyangkalan dari seseorang namun disampaikan secara negatif.

Penelitian terdahulu terkait pesan *flaming* yang bersifat menyerang memaparkan bahwa pesan *flaming* dengan tema menyerang ditemukan saat pihak-pihak yang terlibat sedang berada dalam sebuah perdebatan antar penggemar atau biasa disebut *fanwar* (Hartono, 2019). Namun pada penelitian ini, ditemukan bahwa topik pembicaraan yang memuat pesan *flaming* dengan tema menyerang tidak hanya ditemukan pada saat terjadinya *fanwar*. Topik-topik pembicaraan lain seperti pembicaraan lain juga memiliki peluang memunculkan pembicaraan dengan pesan *flaming* tema menyerang di dalamnya.

Tema ini terbagi lagi menjadi dua kategori pesan *flaming*. Kategori pertama pada tema ini adalah pesan *flaming* yang berisi kritikan. Pesan mengkritik dalam penelitian ini berupa pesan yang berisi opini menyerang dari komunikator terkait sesuatu di mana opini tersebut dikemukakan bertujuan untuk menentang opini yang dibagikan oleh orang lain. Pada pesan dengan kategori ini ditandai dengan adanya penilaian buruk yang diberikan oleh komunikator kepada komunikannya untuk memberikan efek mengkritik yang bersifat menyerang.



Gambar 4. Pelaku mengkritik media nasional yang menyebarkan berita palsu terkait BTS

Tabel 1. Pesan *Flaming* Tema Menyerang dengan Kategori Mengkritik

No	Kode	Kategori
1	<i>mending diem gausah cari sensasi (luvfairypjm 5/12/2021)</i>	Mengkritik
2	<i>Pahami dulu makanya ngab, ini fans bts ngadain donasi (nanataelie 5/12/2021)</i>	
3	<i>Lu bacot kek gini ikit donasi kagak? (gfagustd93 7/12/2021)</i>	
4	<i>panncafe doi emng suka bikin war+berita ga enak (ntasyabl 7/12/2021)</i>	
5	<i>up prestasi bts lelet (jeonmei07 7/12/2021)</i>	
6	<i>jangan di indo deh (cookiebizcuit 27/11/21)</i>	
7	<i>lo ngapain ngentot lo ngehate mrk tp at the same time lo dateng ke konsernya (stilleos 4/12/2021)</i>	
8	<i>gk pantes lo ketemu bts (zerowclock 4/12/2021)</i>	
9	<i>dr kemaren ni army2 banyak yg kek bocah annoying anjing sorry (ddeokbokky 2/12/2021)</i>	
10	<i>LO AJA KALI YG BRUBAH (pcarnamjoon 29/11/21)</i>	

Kategori kedua pada pesan *flaming* dengan tema menyerang adalah pesan yang berisi ancaman. Pesan yang mengancam ini adalah segala jenis pesan *Flaming*

menyerang yang berisi ancaman dari komunikator kepada pihak yang dituju. Pada pesan ini, komunikator menyatakan niat yang ia miliki untuk melakukan sesuatu yang buruk pada pihak yang dituju. Kategori ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachoene & Oyedemi (2015) yang menyebutkan pesan *flaming* sebagai bentuk pesan perundungan siber yang memuat ancaman yang diberikan oleh pelaku kepada korban. Meskipun pelaku mengatakan bahwa ia akan memberikan serangan fisik kepada korban, namun pesan dalam kategori ini masih termasuk ke dalam pesan *flaming* berbentuk komunikasi verbal karena pesan yang ditransmisikan berupa teks yang dapat dibaca. Penulis menemukan 1 *tweet* yang teridentifikasi sebagai pesan flaming tema menyerang dengan kategori mengancam pada periode penelitian.



Gambar 5. Pelaku mengancam orang-orang yang menyalahkan BTS

b. Mengumpat

Tema “Mengumpat” adalah tema kedua yang ditemukan dari proses penelitian ini. Pesan dengan tema kedua ini adalah segala jenis pesan yang berisi umpatan yang bertujuan untuk mengutuk pihak yang dituju. Motif seorang komunikator memproduksi pesan dengan tema mengumpat biasanya didasari oleh rasa amarah yang dimiliki, kecewa, jengkel, serta emosi-emosi negatif lainnya. Tema ini ditemukan berdasarkan pemaparan Pratiwi & Kusuma (2019) yang menyebutkan penggunaan kata-kata kasar atau umpatan yang ditujukan kepada korban merupakan indikator terjadinya sebuah pesan *flaming*.

Pesan *Flaming* dengan tema mengumpat memiliki 1 kategori yaitu menghujat. Pesan menghujat ini adalah segala jenis pesan teridentifikasi sebagai pesan perundungan siber *flaming* yang memuat hujatan yang ditujukan oleh komunikator kepada komunikannya.



Gambar 6. Pelaku mengekspresikan kekesalannya kepada media nasional yang membagikan berita palsu

Tabel 2. Pesan *Flaming* Tema Mengumpat dengan Kategori Menghujat

No	Kode	Kategori
1	<i>Boleh gak sih gw ngatain Lo TOLOL???? (wife_jungwon 5/12/2021)</i>	Menghujat
2	<i>penyakit tolol nya kambuh nih (vanzuaaa 5/12/2021)</i>	
3	<i>MOMEN GINI LO MASIH BISA BISANYA tolol (jstmyfilter 5/12/2021)</i>	
4	<i>KAGA ANJING FANCHANT TUH PENTING (voiretoiles 28/11/2021)</i>	
5	<i>KOK LO BERANI BANGET BANGSAT???</i> (nabillakim 30/11/2021)	
6	<i>ANJING GA LIAT GAON YANG MINTA MAAF? (flowerlyyang 29/11/2021)</i>	
7	<i>trobos aja anjing anjingin nih orang (skyfaie 3/12/2021)</i>	
8	<i>pantek gausah banyak cocot mu ya anjing (namugookie 6/12/2021)</i>	
9	<i>anjing bgt media indo (innerchildteha 30/11/2021)</i>	

10	<p><i>Kan bener anjing bgt</i></p> <p><i>(shio_kaze7 30/11/2021)</i></p>	
----	--	--

c. Merendahkan

Tema ketiga yang ditemukan pada penelitian ini adalah tema “Merendahkan”. Pesan dengan tema ini adalah segala pesan yang ditransmisikan oleh komunikator dengan tujuan untuk menurunkan derajat dari komunikannya. Pesan-pesan dengan tema ini juga mengimplikasikan bahwa komunikator adalah pihak yang lebih superior dan unggul jika dibandingkan dengan pihak yang direndahkan.

Tema ini selaras dengan penelitian terdahulu mengenai penggunaan bahasa alay pada perundungan siber yang dilakukan oleh Damayanti (2018) di mana pesan *flaming* disebutkan sebagai sebuah pesan yang berisi opini-opini dengan tujuan untuk merendahkan korban. Maya (2015) menyebutkan bahwa pesan-pesan perundungan siber yang bersifat merendahkan adalah pesan-pesan yang dibuat dengan tujuan menghina atau mempermalukan korban.

Terdapat dua kategori pada tema ini. Kategori yang pertama adalah pesan-pesan yang bertujuan untuk mencemooh. Pesan yang berisikan cemoohan ini dibuat dengan tujuan untuk mengejek pihak yang dituju. Lewat cemoohan dan ejekan yang disampaikan, komunikator memiliki tujuan untuk membuat komunikan merasa semakin kecil.



Gambar 7. Pelaku mencemooh media nasional yang hanya bisa mendapatkan *feedback* jika memberitakan BTS

Tabel 3. Pesan *Flaming* Tema Merendahkan dengan Kategori Mencemooh

No	Kode	Kategori
----	------	----------

1	<p>vote mereka bnyk jg pasti ada bantuan fndm lain (<u>istribts07 2/12/2021</u>)</p>	<p>Mencemooh</p>
2	<p>inget yah tanpa cuitan inipun kita dah unggul dari kalian (<u>skyfaie 5/12/2021</u>)</p>	
3	<p>Nah ini seenak jidat bikin berita (<u>jinnienunsky 30/11/2021</u>)</p>	
4	<p>mau bawa bts ke batam pake duit apaan? emang ada duitnya?? (<u>ethereal nim 30/11/2021</u>)</p>	
5	<p>ga rame ya beritanya kalo gabawa BTS (<u>purplearmyJ 30/11/2021</u>)</p>	
6	<p>berita gajelas (<u>mygummyxx 30/11/2021</u>)</p>	
7	<p>banyak bermunculan berita tolol yang cuma ngarepin engage dari army doang (<u>pancakeoneday 30/11/2021</u>)</p>	
8	<p>berita tolol mana bts mau konser disini (<u>ggukkieb0o 30/11/2021</u>)</p>	
9	<p>Tau apaan dh admin lamtur ttg BTS, keknya paling tau segalanya (<u>salfondelon 30/11/2021</u>)</p>	
10	<p>bts juga banyak anjing piala aaa, hlah prik (<u>taetesweetie 6/12/2021</u>)</p>	
11	<p>Idol kalian hanya model doang btw dah sana fokus model (<u>dogeon namjoon 6/12/2021</u>)</p>	
12	<p>pengen ngalahin bts smpe chart hot trending (<u>heynaanaanaaaaa 6/12/2021</u>)</p>	
13	<p>lo bandingin sama bts yg gedein agensi? sorry level nya beda jauh~ (<u>h0seok sky 6/12/2021</u>)</p>	
14	<p>giliran ga sengaja kena sm bangtan langsung pada bacot lo (<u>sskayie 7/12/2021</u>)</p>	
15	<p>Dripda lu gk ada kontribusi apa², ngatain orng fanatik bla bla aksinya gk ada. (<u>mrs jeon23 5/12/2021</u>)</p>	

Kategori kedua adalah tema merendahkan dengan kategori menghina. Pesan-pesan ini berupa pesan *flaming* dengan tujuan agar korban merasa hina dan jauh lebih rendah dari pada pelaku. Pesan berisi hinaan ini ditransmisikan dengan tujuan untuk mengolok-olok komunikan atau *victim* dan menunjukkan bahwa komunikator atau *bully* merupakan pihak yang jauh lebih superior dan berada di atas korban.



Gambar 8. Pelaku menghina artis idola orang lain

Tabel 4. Pesan *Flaming* Tema Merendahkan dengan Kategori Menghina

No	Kode	Kategori
1	<i>lo freak bgt sumpah (<u>taesbys 7/12/2021</u>)</i>	Menghina
2	<i>Tolol banget itu orang (<u>kimtaejin959212 8/12/2021</u>)</i>	
3	<i>UDAH KAGA WARAS BEGINI NAJIS (<u>xxtinyoongi 7/12/2021</u>)</i>	
4	<i>GILA AJA MAU KONSER DITEMPAT KAYA GITU (<u>cexyoon 30/11/2021</u>)</i>	
5	<i>Yang buat berita bengak yg percaya pun tolol (<u>rmheart13 30/11/2021</u>)</i>	
6	<i>TOLOL. bts mau ke indo aja beritanya belum pasti (<u>xibobaxx 30/11/2021</u>)</i>	
7	<i>Anda sama" tolol dgn pembuat berita (<u>cloverbangtann 30/11/2021</u>)</i>	

8	<i>media indo ini rata rata pd bego</i> <i>(fvckilosthim 30/11/2021)</i>	
9	<i>Sumpah itu yg bikin bego apa tolol dah</i> <i>adinlalaland 30/11/2021)</i>	
10	<i>begiknua pihak sini, iya-iya aja. Tolol kabeth</i> <i>(kenderjoy twt 1/12/2021)</i>	

d. Menertawakan

Tema terakhir yang ditemukan pada penelitian ini adalah “Menertawakan”. Tertawa merupakan bentuk ekspresi yang biasa dikeluarkan oleh seseorang ketika ia sedang bahagia atau berhadapan dengan sesuatu yang lucu dan menggelitik. Namun tertawa pada pesan *flaming* adalah hal yang berbeda. Pesan *flaming* dengan tema menertawakan adalah pesan perundungan siber yang ditujukan untuk mencerna korban dan ditandai dengan hadirnya simbol-simbol yang menunjukkan gelak tawa.

Tema pesan ini memiliki dua kategori. Kategori pertama yang ditemukan pada pesan dengan tema menertawakan adalah pesan-pesan yang menunjukkan ekspresi tertawa. Dikarenakan twit yang dikumpulkan adalah pesan verbal berupa teks, ekspresi tertawa pun ditransmisikan dalam bentuk teks. Adapun bentuk ekspresi tertawa yang ditemukan pada penelitian ini adalah “wkwkwk” yang sudah menjadi bentuk ekspresi tawa yang umum digunakan oleh orang Indonesia ketika berkomunikasi via teks.



Gambar 9. Pelaku menertawakan orang yang dianggap memiliki inteligensi rendah karena tidak paham dengan konsep donasi

Tabel 5. Pesan *Flaming* Tema Mentertawakan dengan Kategori Ekspresi Tertawa

No	Kode	Kategori
1	<i>agak frik anjing wkwkwk</i> <i>(minjeonsy 30/11/2021)</i>	Ekspresi Tertawa
2	<i>WKWKWK KOMEN DULU SEBELUM RNB</i>	

	<i>(ilmimut 30/11/2021)</i>	
3	<i>fandom lo dah yang ketar ketir pengen geser bts wkwkwk</i> <i>(taebyyu 2/12/2021)</i>	
4	<i>KPOP SELAIN BTS ITU GA ADA DEMAND DISANA WKWK</i> <i>(teokdinniee 3/12/2021)</i>	
5	<i>krn yg tolol ya statement itu wkwkw</i> <i>(namgiseokssi 3/12/2021)</i>	
6	<i>wkwkwk Lawak lo tolol</i> <i>(daegumandue 6/12/2021)</i>	
7	<i>Dah bego, gabisa baca lagi wkwk</i> <i>(rinintan9395 5/12/2021)</i>	
8	<i>u bego bgt dah sumpah wkwk</i> <i>(kimssiowner 5/12/2021)</i>	
9	<i>anda terverifikasi bego, lain kali perbanyak literasi ye wkwkk</i> <i>(kimsepkjin 5/12/2021)</i>	
10	<i>iskinan bgt ya lo sampe donasi bacotan wkwk</i> <i>(araalynn_ 5/12/2021)</i>	

Kategori kedua pada tema ini yaitu twit yang memuat emotikon yang menjadi simbol tertawa. Kategori ini sejalan dengan dua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Matulewska dan Gwiazdowicz (2020) yang mengemukakan peran emotikon dalam memberikan efek perundungan pada komunikasi yang dilakukan di internet.



Gambar 10. Pelaku menertawakan artis idola orang lain dengan menggunakan emotikon

Tabel 6. Pesan *Flaming* Tema Mentertawakan dengan Kategori Penggunaan Emoticon

No	Kode	Kategori
----	------	----------

1	<i>mana pernah army minta artis lain buat vote bts ups s 🤔</i> (<i>jkshev 5/12/2021</i>)	Penggunaan Emoticon
2	<i>Mana mungkin BTS mau ke batam lol 😭</i> (<i>yminfilterchild 30/11/2021</i>)	
3	<i>hampir semua akun centang biru kok ya sama2 bego nya 😏😏</i> (<i>jevkeyy 2 30/11/2021</i>)	
4	<i>🤔 mau salty tapi jadi keliatan bego.</i> (<i>risemanlilt 27/11/2021</i>)	
5	<i>cuma orang bodoh yg nganggep army tu bot 🤖</i> (<i>nisa 4514 4/12/2021</i>)	
6	<i>Katanya idolanya jg usaha.. Tapi suka bgt ngatain perjuangan karir bts 🤔🤔</i> (<i>_minyunki 6/12/2021</i>)	
7	<i>otaknya apa nggak kepake 😏😏</i> (<i>ee inisiapa 6/12/2021</i>)	

Penelitian ini menemukan bahwa bentuk perbincangan yang dilakukan oleh pengguna Twitter, khususnya para ARMY, sangat bervariasi. Topik pembicaraan juga tidak hanya berputar di karya-karya artis idola saja, namun juga meliputi kehidupan pribadi hingga aspek-aspek lain dari idola. Secara garis besar, terdapat 6 topik pembicaraan ARMY di Twitter selama proses penelitian meliputi percakapan mengenai konser BTS, ajang penghargaan, akun Instagram baru milik anggota BTS, berita palsu yang menyudutkan BTS, kegiatan penggalangan donasi untuk membantu korban erupsi Gunung Semeru, serta perdebatan antar penggemar atau biasa disebut *fanwar*.

Berbagai topik pembicaraan tersebut memunculkan interaksi-interaksi yang dapat dikategorikan sebagai bentuk perundungan siber *flaming*. Berbagai tema yang muncul pada penelitian ini adalah **1) Menyerang** dengan kategori pesan yaitu mengkritik dan mengancam, **2) Mengumpat** dengan kategori pesan menghujat, **3) Merendahkan** dengan kategori pesan mencemooh dan menghina, dan **4) Mentertawakan** dengan indikatornya yaitu kehadiran ekspresi tertawa pada twit dan penggunaan emotikon.

Penelitian ini menemukan bahwa perundungan siber *flaming* merupakan bentuk perundungan siber yang sering terjadi di media sosial khususnya Twitter. Kebebasan dalam mengakses Twitter membuat setiap penggunanya dapat dengan mudah membagikan opini dan pendapatnya terkait bermacam-macam hal, termasuk di dalamnya pesan-pesan negatif yang dapat dikategorikan sebagai bentuk perundungan siber *flaming*. Selain itu, keleluasaan untuk menyembunyikan identitas asli yang dimiliki selama berinteraksi di Twitter juga menjadi faktor yang menyebabkan

penggunanya dapat dengan bebas mengakses *platform* tersebut dan berkomunikasi dengan orang lain.

SIMPULAN

Pesan-pesan yang ditransmisikan oleh ARMY di Twitter yang memuat perundungan siber *flaming* diklasifikasikan menjadi beberapa tema pesan. Tema pertama adalah pesan menyerang yang didefinisikan sebagai pesan-pesan yang ditransmisikan dengan tujuan untuk memberikan serangan kepada pihak yang dituju. Pesan menyerang terbagi lagi menjadi dua kategori, yaitu kategori pesan yang berisi kritikan dan pesan berisi ancaman. Tema kedua yang ditemukan pada penelitian ini adalah pesan dengan tema mengumpat yang didefinisikan sebagai segala jenis pesan yang berisi umpatan yang bertujuan untuk mengutuk pihak yang dituju. Tema kedua dikategorikan sebagai pesan yang bertujuan untuk menghujat. Tema ketiga yang ditemukan dari penelitian ini adalah pesan-pesan yang bersifat merendahkan yang diartikan sebagai segala pesan yang ditransmisikan oleh komunikator dengan tujuan untuk menurunkan derajat dari komunikannya. Tema ketiga ini dikategorikan sebagai pesan yang mencemooh dan menghina. Dan tema terakhir adalah pesan *flaming* dengan tema mentertawakan yang dirumuskan sebagai pesan perundungan siber yang ditujukan untuk mencerca korban dan ditandai dengan hadirnya simbol-simbol yang menunjukkan gelak tawa. Pesan *flaming* dengan tema mentertawakan dikategorikan menjadi pesan-pesan yang menyatakan ekspresi tertawa dan penggunaan emotikon.

Penelitian ini menemukan bahwa perundungan siber *flaming* merupakan bentuk perundungan siber yang sering terjadi di media sosial khususnya Twitter. Kebebasan dalam mengakses Twitter membuat setiap penggunanya dapat dengan mudah membagikan opini dan pendapatnya terkait bermacam-macam hal, termasuk di dalamnya pesan-pesan negatif yang dapat dikategorikan sebagai bentuk perundungan siber *flaming*. Selain itu, keleluasaan untuk menyembunyikan identitas asli yang dimiliki selama berinteraksi di Twitter juga menjadi faktor yang menyebabkan penggunanya dapat dengan bebas mengakses *platform* tersebut dan berkomunikasi dengan orang lain.

Pesan perundungan siber *flaming* yang ditransmisikan oleh ARMY di Twitter adalah bentuk pesan defensif atas serangan yang dituju kepada artis idola mereka. Bentuk defensif ini berakar dari sifat fanatisme yang dimiliki oleh penggemar, yang akan bersedia melakukan apa saja demi idolanya sampai melakukan hal-hal yang bersifat agresif seperti perundungan siber.

Penulis menyarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus, subjek, objek, dan metode yang berbeda untuk memperkaya khazanah penelitian terkait perundungan siber di bidang Ilmu Komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan kajian terkait kasus-kasus perundungan siber di ranah Ilmu Komunikasi serta menjadi penyempurna untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

Melalui penelitian ini penulis juga menyarankan kepada pengguna akun penggemar dan masyarakat umum agar dapat meningkatkan wawasan mengenai literasi media, dapat memanfaatkan fungsi-fungsi yang ditawarkan oleh media sosial untuk tujuan-tujuan positif, serta memberikan arahan kepada orang-orang di sekitar akan bahaya yang dapat ditimbulkan dari perundungan siber.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan atas berkat-Nya yang berlimpah yang senantiasa menyertai penulis dalam merampungkan artikel ini. Penyampaian terima kasih juga kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom University yang menyediakan jalur pengembangan intelektual melalui ragam fasilitasi penelitian ilmiah. Terima kasih kami sampaikan kepada pihak Pengelola Jurnal Avant Garde di bawah naungan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur, atas kesempatan yang diberikan untuk mendiseminasikan hasil riset ini, utamanya kepada *reviewer* serta *editor* yang telah memberikan masukan untuk memperbaiki artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, E. A. (2018). Penggunaan Software ATLAS.ti sebagai Alat Bantu Proses Analisis Data Kualitatif. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2), 53–63. <https://doi.org/10.31980/mosharafa.v5i2.260>
- Damayanti, R. (2018). Penggunaan Bahasa Alay pada Bullying Anak di Media Sosial. *Autentik : Jurnal Pengembangan Pendidikan Dasar*, 1(2), 1–11. <https://autentik.stkipgrisumenep.ac.id/index.php/autentik/article/view/7>
- Gustam, R. R. (2015). *Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan*. 3(2), 224–242.
- Hartono, Z. R. K. (2019). CYBER AGRESSION DALAM FANWAR OLEH FANS K-POP DI INSTAGRAM (STUDI KASUS TERHADAP FLAMING DAN HARASSMENT DALAM FANWAR DI ANTARA KELOMPOK EXO-L DAN ARMY DI INSTAGRAM). In *Journal of Physical Therapy Science* (Vol. 9, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.visres.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.humov.2018.08.006><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24582474><https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications.
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. *Ethics and Information Technology*, 17(1), 65–87. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>
- Karyanti, & Aminudin. (2019). *Cyberbullying & Body Shaming*. Penerbit K-Media.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Marsinun, & Riswanto. (2020). *Perilaku Cyberbullying Remaja di Media Sosial Youth Cyberbullying Behavior in Social Media*. 12(2), 98–111.
- Matulewska, A., & Gwiazdowicz, D. J. (2020). Cyberbullying in Poland: a case study of aggressive messages with emojis targeted at the community of hunters in urbanized society. *Social Semiotics*, 30(3), 379–395. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1731194>
- Maya, N. (2015). Fenomena Cyberbullying Di Kalangan Pelajar. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), undefined-450. www.publikasi.unitri.ac.id
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, D. E., & Rachmawati, I. (2019). Personal branding Fan Account Pada Media Sosial Twitter. *Urgensi Penelitian Yang Berintegritas Bagi Generasi Milenial*, 745–751. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/18173/pdf>
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Rajawali Pers.
- Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media dan Social Network*. Penerbit INFORMATIKA Bandung.
- Pratiwi, S. K. P. K., & Kusuma, R. S. (2019). Perilaku Cyberbullying Mahasiswa Dengan Teman Sebaya. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 165–177. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4793>
- Purwasito, A. (2017). Analisis Pesan Message Analysis. *The Messenger*, 9(1), 103–109.
- Rachoene, M., & Oyedemi, T. (2015). From self-expression to social aggression: Cyberbullying culture

- among South African youth on Facebook. *Communicatio*, 41(3), 302–319. <https://doi.org/10.1080/02500167.2015.1093325>
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen ... *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 87–104.
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.pdf* (pp. 1–397). Citapustaka Media.
- Siwi Fatma Utami, A., & Baiti, N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja. *18*(2), 257–262. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Suryaningrum, R. A. K. (2019). Cyberbullying dalam Media Sosial Instagram @Jonatanchristieofficial. *Voxpop*, 1(1), 120–126. <http://voxpath.upnjatim.ac.id/index.php/voxpath/article/view/19>
- Syaputri, I. K. (2018). Internet Case: Mengkaji Makna Cyberbullying. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.29300/syr.v18i1.1569>
- Tanpli, Y. E. (2020). Pengaruh Pada Iklan Celebrity Endorser BTS Terhadap Impulsive Buying Behavior Pada Remaja di Kota Padang. *4*, 3457–3463.
- Utami, Y. C. (2014). Cyberbullying di Kalangan Remaja (Studi tentang Korban Cyberbullying di Kalangan Remaja di Surabaya). <https://doi.org/10.31227/osf.io/qkscm>