

POLA PERILAKU BERMEDIA SOSIAL NETIZEN INDONESIA MENYIKAPI PEMBERITAAN VIRAL DI MEDIA SOSIAL

Agung Prasetya¹, Maya Retnasary², Dimas Akhsin Azhar³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

²Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

³Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Article Info

Article history:

Received October 20, 2021

Revised December 14, 2021

Accepted February 15, 2022

Keywords:

Behavior

Netizens

Social Media

viral

ABSTRACT

The research discusses the behavior of social media users or netizens in Indonesia in responding to viral news on social media. The object analyzed is the behavior pattern of Indonesian netizens in responding to news that is viral on social media. The purpose of writing the article is to find out the behavior patterns and characteristics of social media users in Indonesia in responding or paying attention to viral news on social media. This article is the result of research conducted on social media by involving several people who are experts and competent in the problem area being researched using purposive techniques. The approach used is a qualitative approach using case studies. Data retrieval through virtual interviews using social media, due to being in a pandemic period makes the data collection process only done online. Even though it is done virtually, the data retrieval process is still carried out optimally without reducing the accuracy of the data generated. Researchers found results related to the behavior patterns of Indonesian netizens who were divided into two behavioral character criteria, namely negative behavior, and positive behavior. Positive and negative behavior in responding to viral news on social media reflects the characteristics of (1) social media users who behave dominantly on social media and (2) social media users who behave dominantly in the real world.

Corresponding Author:

Agung Prasetya,

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya,

Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, Indonesia

Email: aprasetya23.ap@gmail.com

1. INTRODUCTION

Perkembangan Teknologi Digital saat ini semakin berkembang pesat, Revolusi Digital atau disebut juga Era 4.0 membuat segala sesuatu berjalan secara praktis dengan berbagai kemajuan aspek di berbagai bidang. Kemajuan Teknologi sangat dirasakan, salah satunya dalam perkembangan media sosial, Era Digital membuat semua aspek terkonsentrasi pada Media Digital, segala sesuatunya dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan praktis. Perubahan yang terjadi dalam Teknologi inovasi digital tidak hanya sekedar melahirkan media baru. Berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti

komunikasi dan interaksi, juga dapat mengalami perubahan yang sebelumnya tak pernah terduga. Dunia seolah tidak memiliki batasan (*borderless*), tidak ada rahasia yang selamanya tersembunyi. Kita dapat dengan mudah berbagi aktivitas dengan orang lain di internet, walupun tidak mengenal satu sama lain, pada kenyataannya berada diluar jaringan (*luring*) tapi masih tetap bisa terhubung dengan adanya media baru (Mulawarman & Nurfitri, 2017).Terlebih saat ini dunia sedang dilanda wabah penyakit Virus Covid-19 yang sampai hari ini menjadi Pandemi secara Global, mengakibatkan segala bentuk interaksi secara langsung dibatasi, yang membuat kita bergantung pada Teknologi Digital, agar tetap bisa berkomunikasi.

Hal ini menjadi indikasi percepatan Era Digitalisasi yang saat ini menuntut kita beradaptasi. Kita juga dituntut untuk bisa cepat beradaptasi dengan Era Digital yang notabene saat ini menjadi suatu tuntutan ditengah kondisi saat ini. Kemajuan Teknologi membuat terjadinya sebuah bentuk kebaruan yang canggih dengan menggabungkan aspek fisik, digital dan biologi secara mendasar dapat mengubah pola perilaku manusia dalam menjalankan kehidupannya (Tjandrawina, 2016). Industri 4.0 sebagai fase perubahan teknologi dengan penyesuaian pola aktivitas dalam skala, ruang lingkup dari pengalaman sebelumnya. Nantinya, manusia terbelenggu dalam keadaan tak ada kepastian (*uncertainly*) secara umum, oleh sebab itu manusia harus mampu untuk memprediksi masa depan yang senantiasa sangat cepat berubah (Yahya, 2018). Adaptasi adalah hal yang mutlak saat ini, kehidupan saat ini sudah mulai beralih dari sistem Konvensional menjadi sistem yang berbasis Digital, ditambah dengan situasi saat ini perubahan itu cenderung dipaksakan dan menjadi suatu keharusan bagi kita untuk memahami Era Digitalisasi agar senantiasa dapat bertahan dimasa Pandemi Covid-19 saat ini.

Dalam Kondisi saat ini, masyarakat dihimbau berdiam dirumah dan meminimalisir pergerakan diluar rumah, imbauan tersebut dilakukan oleh pemerintah dengan berbagai kebijakan seperti *WFH (Work From Home)*, *Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)* atau yang sekarang dirubah menjadi *Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)* yang diterapkan di beberapa provinsi untuk dapat menekan penyebaran virus Covid-19. Kebijakan tersebut merupakan salah satu alasan yang melatarbelakangi mengapa Era Digital semakin dibutuhkan, disamping itu pembatasan interaksi secara langsung membuat masyarakat beralih menggunakan Media Sosial sebagai media untuk berinteraksi satu sama lain. Hal itu dapat terbukti dari data hasil riset *Hootsuite* dan *We Are Social* yang dikutip dari Kumparan.com tercatat hingga Januari 2021 ada sekitar 202,6 juta pengguna media sosial di Indonesia. Data tersebut meningkat sebesar 16 % atau sekitar 27 juta pengguna dibandingkan tahun sebelumnya saat Covid-19 baru pertama masuk ke Indonesia. Data berikutnya juga menyebutkan sekitar 274,9 juta penduduk Indonesia atau sekitar 73,7% sudah mengenal internet. Masih dalam riset yang sama, mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit per hari atau sekitar sepertiga hari mereka habiskan dengan berselancar di dunia maya, dipimpin oleh laki-laki dengan persentase 50,3% dan perempuan sebesar 49,7%. Fakta selanjutnya dari hasil riset menunjukkan bahwa Indonesia masuk ke dalam 10 negara yang kecanduan internet, terdampar di urutan 9 dari 47 negara dengan sekitar 170 juta pengguna sosial media aktif di Indonesia. Data yang tertera perihal kecanduan media sosial menunjukkan rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 14 menit, dengan persentase penggunaan aplikasi WhatsApps sebesar 30,8 jam perbulan, Facebook 17 jam perbulan, Instagram 17 jam perbulan, TikTok 13,8 jam perbulan, dan Twitter 9,1 jam perbulan. Sementara untuk aplikasi video streaming Youtube menempati urutan pertama dengan 25,9 jam perbulan (*Hootsuite dan We Are Social, 2021*).

Dari uraian sebelumnya dapat kita lihat, bahwa penggunaan media sosial telah menjadi fenomena yang mengglobal, keberadaanya terikat dengan pola perilaku manusia dalam berkomunikasi. Pengguna media sosial telah membuat dan menyokong cara baru bagaimana seseorang dapat berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi secara virtual. Media sosial menyajikan cara yang lebih cepat dan mudah untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui online atau virtual (Takariani, 2017) . enggunaan media sosial melonjak tajam selama Pandemi berlangsung, dan sampai saat ini interaksi secara virtual dengan media sosial telah menjadi budaya baru dengan perlahan masyarakat mencoba untuk beradaptasi dan menyesuaikan dengan keadaan. Media Sosial merupakan sarana di internet yang memberikan wadah untuk penggunaanya mempermudah diri untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan yang lainnya membangun hubungan secara digital. Terdapat tiga aspek interaksi yang berindikasi pada makna bersosial yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co-operation*) (Rulli, 2015). Dalam pemanfaatannya media sosial terkadang dapat memberikan manfaat baik ataupun buruk, tergantung bagaimana seseorang dalam

mempergunakannya. Oleh karena itu dalam media sosial kita dituntut untuk bersikap sesuai dengan norma dan etika yang baik. Tanpa dilandasi etika, kegiatan bermedia sosial akan menimbulkan masalah, pada akhirnya masyarakat yang mendapatkan kerugian dari perilaku yang tidak berlandaskan etika, media yang seharusnya membantu masyarakat memahami berbagai informasi dan dicerna secara jernih dan objektif, justru hanya menjadi tempat untuk berseteru dan bersitegang menumbuhkan kebencian yang menimbulkan masalah berkepanjangan (Sudibyo, 2016).

Perilaku bermedia sosial masyarakat atau netizen di Indonesia terkenal cukup buruk, hal tersebut dapat terlihat ketika pola perilaku bermedia sosial netizen di Indonesia dianalisis oleh berbagai instansi baik dalam maupun luar negeri, salah satunya perusahaan pengembangan perangkat komputer asal Amerika yang terkenal yaitu *Microsoft*. Mereka menaruh perhatian dengan mengadakan survey yang meneliti tentang tingkat kesopanan para pengguna internet di sepanjang tahun 2020, dari 32 negara yang diteliti Indonesia berada di posisi 29. Hal tersebut merupakan pencapaian buruk bagi netizen di Indonesia yang menyebabkan Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan pengguna internet paling tidak sopan se-ASEAN. Survey tersebut menjadi tolak ukur dan melatarbelakangi alasan dalam melakukan penelitian ini, dikarenakan Pola perilaku netizen Indonesia dalam berperilaku di media sosial sampai menjadi sorotan dunia luar. Survey yang dilakukan *Microsoft* didalamnya memaparkan bahwa netizen Indonesia sangat mengerikan, penilaian ini berdasar pada hasil riset 16.000 responden diseluruh dunia, dengan indikasi penilaian berdasarkan perilaku atau respon netizen di media sosial terkait permasalahan atau pemberitaan viral, event-event negara seperti Pilkada atau Pilpres, ataupun kejadian-kejadian yang menyita perhatian di dunia maya seperti Hoax, ujaran kebencian ataupun kasus kekerasan. Kenapa dianggap mengerikan, karena netizen Indonesia dianggap sangat totalitas dalam meluapkan emosi di media sosial yang membuat mereka dapat dengan mudah menyalahi norma dan etika yang berlaku tanpa memikirkan konsekuensi apa yang akan mereka dapat kedepannya. Pola perilaku bersosial media netizen Indonesia cenderung tidak berfikir secara rasional, mereka senantiasa mengekspresikan emosi mereka daripada harus menahan diri. Tindakan mereka lebih mengedepankan tindakan secara situasional tanpa berpikir jangka panjang konsekuensi apa yang akan mereka dapat dari perilaku yang mereka lakukan. Media sosial adalah sebuah perubahan besar yang dapat mengubah pola perilaku manusia saat ini, dimana hubungan pertemanan dapat berjalan melalui media digital, menggunakan media baru yang dijalankan melalui media sosial. Kenyataan menjadi bersifat *augmentenddan* (bertambah) dan tidak nyata yang harus disesuaikan dan diintegrasikan dalam perspektif kajian psikologi sosial yang terbaru atau modern dengan *ubiquitous* (ada dimana-mana) serta *pervasive* (dapat menyesuaikan ke dalam berbagai bidang dan ilmu kajian) (Soeparno & Sandra, 2011). Perilaku netizen Indonesia terlihat buruk dan dianggap tidak sopan, ini bisa terlihat saat ada pemberitaan viral, mereka berbondong-bondong mengomentari dengan menghujat, menyudutkan, menghakimi dan tak jarang menjurus rasis pada pemberitaan yang dianggap menyudutkan Indonesia ataupun salah satu individu secara personal dimata dunia. Seperti halnya kasus survey *Microsoft*, netizen Indonesia berdatangan mengomentari kolom akun Instagram *Microsoft* dengan berbagai komentar yang kebanyakan tidak pantas sehingga membuat *Microsoft* menutup kolom komentarnya.

Menurut Deddy Mulyadi dikutip dari Kompas.com mengatakan, karakteristik masyarakat Indonesia yang sebenarnya tidak mudah untuk berdemokrasi secara sehat, mereka senantiasa memaksakan pendapat pada seseorang atau kelompok yang besebrangan. Kondisi ini dipercaya menjadi sebab utama yang membuat masyarakat dengan mudah termakan berita bohong di media sosial. Maraknya penyebaran hoaks membuat Kementrian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) mengingatkan masyarakat agar senantiasa berhati-hati dan lebih selektif dalam memilih berita dengan bersikap skeptis dan kritis membaca informasi. Hal pertama adalah dengan selalu waspada terhadap judul berita yang cenderung berlebihan dan bersifat provokatif, lalu diusahakan mencari berita yang resmi dengan sumber yang terpercaya dengan bahasan topik yang faktual. Lalu, periksa apakah memang berita tersebut berdasarkan fakta dan opini yang benar, cek keaslian foto dengan fitur khusus di google, agar keaslian foto benar-benar relevan dengan berita. Kecenderungan anak muda saat ini bersifat skeptis namun mereka tetap saja mudah terbawa oleh hal yang dianggap menarik, kecenderungan orang tua juga biasanya lebih memegang teguh anggapan mereka dengan tidak memperdulikan berita yang benar valid. Faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor lingkungan, situasi sekitar dan suasana hati, ada pula golongan orang yang memang sengaja menyebarkan hoax dikarenakan ingin terkenal atau mencari sensasi. Per tanggal 31 Juli 2021 Kementrian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) mencatat ada sekitar 8.814 hoaks mengenai Covid-19, 295 hoaks tentang

vakinsasi dan 42 hoaks tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat (Kemenkominfo, 2017).

Cara menanggulangi yang dilakukan dengan melawan hoaks dari hilir ke hulu yang dilakukan dengan berbagai upaya. Upaya penanganan dari hulu adalah dengan meningkatkan literasi digital masyarakat, untuk dibagian hilir adalah dengan mengawasi penyebaran konten hoaks. Idealnya bagian hilir akan berkurang jika upaya pembenahan di bagian hulu dapat berjalan maksimal, keberhasilan ini tentu dapat terealisasi jika semua pihak dapat saling bahu membahu bekerjasama meningkatkan literasi digital juga memperketat penyebaran hoaks dengan disiplin dari diri pribadi dan saling mengingatkan satu sama lain. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menekankan akan pentingnya masyarakat untuk meningkatkan literasi dalam konten digital, mereka mengimbau masyarakat untuk aktif dan mandiri meningkatkan literasi baik dalam menerima informasi maupun memproduksi. Tujuan dari imbauan tersebut agar masyarakat dalam teredukasi dan dapat memproduksi konten digital yang baik agar ketika disebarluaskan tidak memberi dampak yang buruk untuk yang lainnya. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memiliki keterbatasan dalam mengawasi oleh karena itu kesadaran dan kemandirian pribadi merupakan kunci agar terciptanya ketertiban di dunia maya, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) juga memiliki batasan dan tidak bisa masuk dalam berbagai platform media digital diantaranya Youtube, Netflix dan sebagainya. Oleh karena itu diharapkan setiap individu dapat lebih memperhatikan dengan senantiasa bertanggung jawab terhadap akun media sosialnya masing-masing. Semakin banyak platform media sosial semakin banyak kemungkinan paparan dari konten di media sosial, oleh karena itu masyarakat dituntut lebih kritis dan peduli dan diwajibkan untuk melek teknologi dan bersiap untuk kebaruan dalam media digital. Pengerahan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) juga salah satu upaya penting dalam proses literasi, komunikasi dilakukan agar terciptanya pemahaman pada masyarakat terkait kebaruan yang terjadi atau digitalisasi yang terus berkembang yang menuntut masyarakat menyesuaikan dengan keadaan untuk tetap bertahan dan terdidik menghadapi kebaruan yang terjadi (Komisi Penyiaran Indonesia, 2021).

Sejak dahulu orang Indonesia memiliki budaya kebersamaan dengan tingkat solidaritas tinggi, membuat saling bercerita satu sama lain, termasuk berbagi informasi walaupun informasi tersebut tidak diketahui benar atau tidak. Sebab budaya Kolektivisme yang melekat di masyarakat Indonesia senantiasa tidak disertai dengan keahlian untuk menyaring informasi yang diterima dengan baik (Rudi, 2017). Budaya Kolektivisme disinyalir merupakan salah satu faktor yang membentuk pola perilaku netizen Indonesia saat ini, solidaritas antar sesama membuat netizen Indonesia sangat militan dalam berperilaku di media sosial. Buruknya kemampuan menyaring informasi di media sosial sebagian besar masyarakat Indonesia, mengakibatkan belum bisa mensikapi dengan baik berbagai fenomena yang ada di media sosial, sehingga proses penyerapan makna dari sebuah informasi tidak dapat di pahami dengan baik, yang memberi dampak negatif dari media sosial. Hal tersebut dapat membuat terbentuknya kepribadian yang kurang baik dari individu atau pengguna media sosial tersebut. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan adalah perilaku merendahkan kemampuan orang lain, bermental lemah, tidak tahu malu, tidak disiplin, tidak bertanggung jawab, dan cenderung mengikuti arus yang salah (Wulandari, 2018). Tidak hanya kasus *Microsoft*, ada juga kasus lain yang membuat pola perilaku mereka terbentuk dengan sendirinya seperti kasus Pebulutangkis Indonesia yang didiskualifikasi Federasi Bulutangkis Dunia (*BWF*), ada pula kasus Dayana dan Fiki Naki dan kasus-kasus lainnya. Fenomena seperti inilah yang membuat peneliti mencoba menganalisis Pola Perilaku Netizen Indonesia terhadap Pemberitaan Viral di Media Sosial. Hal apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku tersebut, alasan apa saja yang melatarbelakangi timbulnya karakter perilaku netizen di Indonesia dan beberapa pertanyaan lainnya yang sejadinya dapat terjawab dalam penelitian ini. Oleh karena itu, Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur bagi netizen di Indonesia untuk dapat berperilaku sebagaimana mestinya dalam menyikapi pemberitaan yang viral di internet agar senantiasa lebih bijak dalam melakukan sesuatu di media sosial.

Perilaku adalah bentuk dari berbagai macam kegiatan atau interaksi manusia terhadap lingkungannya yang terepresentasikan dalam bentuk wawasan, sikap dan perbuatan. Perilaku adalah respon seorang individu terhadap aksi yang bersumber dari luar ataupun dari dalam pribadi seseorang. (Notoatmodjo, 2012). Perilaku merupakan tingkah laku manusia yang memiliki pemahaman yang sangat luas diantaranya berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari pengertian ini secara garis besar terlihat bahwa yang dimaksud perilaku manusia merupakan berbagai kegiatan manusia yang terkontrol langsung, ataupun yang tidak dapat dikontrol oleh orang lain maupun diri sendiri (Kholid, 2015).

Media Sosial merupakan perangkat di internet yang memberikan fasilitas penggunaannya memperkenalkan dirinya dengan berinteraksi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk menghubungkan ikatan satu sama lain (Rulli, 2015). Terdapat tiga komponen yang dapat menyusun hubungan di sosial media, diantaranya pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co-operation*). Dikutip dalam jurnal (Magdalena, 2019), menurut, Howard dan Parks (2012), terdapat tiga bagian yang menyusun media sosial, yaitu: perangkat keras yang digunakan sebagai perantara untuk memproduksi dan menyalurkan isi media, berupa berita, pesan pribadi dan gagasan yang berwujud digital, lalu individu atau organisasi yang nantinya akan memproduksi atau mengkonsumsi berita tersebut.

Netizen menurut Michael Hauben, dikutip dari (Putri, 2013), Netizen tidak selalu pengguna internet, tapi netizen merupakan kata untuk menjelaskan siapapun yang berkecimpung di internet yang membantu publik dengan bersatupadu dengan internet sebagai penyokong untuk melestarikan dan menjaga keberlangsungan internet. Secara umum kata netizen merupakan pengguna internet, akan tetapi pribadi netizen itu sendiri tidak dapat disebut pengguna internet karena tidak mendukung publik dan tidak ikut mengontrol dan melestarikan internet itu sendiri oleh sebab itu arti netizen yang lebih spesifik menurut Hauben mengartikan bahwa, netizen merupakan cerminan individu yang menjadi penghuni dunia maya yang secara virtual tidak terikat oleh aturan, dan individu memiliki akses berkomunikasi dengan bebas. Netizen yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang sebagai pengguna media digital dengan karakteristik berbeda-beda yang menyikapi pemberitaan viral di media sosial.

Viral dapat diartikan menurut kamus online Cambridge.org mempunyai dua pengertian yang umum ialah, Viral merupakan kata sifat yang berkaitan dengan ilmu medis (penyakit), yang memiliki pengertian diakibatkan oleh virus seperti terinfeksi virus (penyakit). Viral merupakan kata sifat yang berkaitan dengan internet yang memiliki makna menggambarkan suatu hal yang sangat cepat menjadi terkenal di antara pengguna internet dengan cara publikasi atau dengan email, menyebar berupa foto, video ataupun sekedar informasi. Oleh karena itu kata viral adalah kata sifat bisa dipakai atau disatukan dengan kata lain di berbagai macam bidang ilmu, oleh sebab itu pengertian viral beradaptasi dengan kata yang ada, seperti viral marketing, viral video, viral computer dan viral load.

2. METHOD

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola perilaku dalam bersosial media warganet atau netizen di Indonesia terhadap pemberitaan viral di media sosial, dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pada dasarnya penelitian ini memaparkan pola perilaku netizen Indonesia dalam bermedia sosial dengan mengamati perilaku netizen dalam menyikapi pemberitaan viral yang ada di media sosial, pola perilaku tersebut diteliti dan dicari datanya dengan wawancara dan observasi. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan secara *online*, untuk beberapa informan yang belum berinteraksi dengan media digital dilakukan dengan wawancara via telepon atau secara bertatap muka dengan menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan. Wawancara dilakukan dengan 3 narasumber yang memiliki relevansi dengan penelitian, narasumber pertama yaitu Pengamat Media Sosial, yang kedua adalah Ahli di bidang Psikologi dan yang ketiga adalah Ahli Psikologi Media Sosial. Untuk selanjutnya dilakukan observasi terhadap perilaku netizen yang ada di media sosial dengan melihat tanggapan mereka terhadap pemberitaan viral di internet. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung.

Studi yang digunakan adalah studi kasus, yang merupakan pendekatan kualitatif yang mengharuskan penelitinya menjelajahi dunia nyata, atau suatu system kontemporer (kasus) atas beragam system terbatas (kasus-kasus), melalui pengumpulan data yang rinci dan mendalam dengan melibatkan sumber informasi yang majemuk (pengamatan, wawancara, audio visual, dokumen dan laporan terbukukan) dengan melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus (Creswell, 2014). Dalam konteks penelitian ini, pola perilaku netizen Indonesia dalam menanggapi pemberitaan viral terbentuk oleh keadaan lingkungan sekitar ataupun dari kebiasaan yang sudah membudaya pada mayoritas netizen di Indonesia.

Analisis data yang digunakan peneliti menggunakan teknik reduksi data atau penyaringan data. Kegiatan analisis data merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk menyusun data agar terbentuk secara sistematis, berhubungan antara satu dengan yang lainnya, dapat menyajikan arti yang berbeda, menyesuaikan berdasarkan objek yang diteliti agar tujuan dalam penelitian dapat tercapai (Ibrahim, 2015). Proses yang dilakukan dengan merekap hasil wawancara, lalu direduksi atau

diringkas poin-poin penting dari jawaban wawancara yang dibutuhkan oleh peneliti. Langkah selanjutnya dilakukan kembali penyaringan data dengan membuat kutipan singkat hasil wawancara yang dalam tahap akhir dianalisis dan diolah berdasarkan teori-teori yang relevan dengan diperkuat oleh asumsi teori baru agar lebih kuat.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil penelitian meliputi bagaimana pola perilaku netizen Indonesia dalam menyikapi pemberitaan viral di internet. Sebagian besar netizen Indonesia memiliki karakter yang cenderung powerfull yang artinya mereka kebanyakan memiliki tingkah laku yang total ketika sedang berselancar di sosial media. Terkait banyaknya pemberitaan viral mereka sangat interest dan bisa dikatakan cukup militan, netizen Indonesia cenderung mempertahankan opini di media sosial, mereka akan menentang siapapun yang berbeda pendapat dengannya, apapun caranya netizen Indonesia akan merasa terpanggil dengan segala cara mereka akan mempertahankan argument atau opini yang mereka rasa benar. Tak jarang hal tersebut berujung pada perilaku negatif bahkan beberapa kasus berakhir pada tindak pidana, perilaku tersebut tidak dapat digeneralisir karena tidak semua netizen di Indonesia tidak beretika. Namun, karena terlalu banyaknya kasus di lapangan membuat wajah netizen Indonesia menjadi tercoreng dimata dunia yang membuat netizen Indonesia dikenal sebagai pengguna sosial media paling tidak sopan dan bar-bar di Asia berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Microsoft.

1. Pola Perilaku Netizen Indonesia

Pernyataan dari 3 informan memaparkan beberapa pola perilaku netizen Indonesia dalam bermedia sosial baik dalam kacamata pengamatn media sosial maupun dalam sudut pandang psikologi. Pandangan pertama adalah dari kaca mata pengamat media sosial yaitu Bapak Abang Edwin Syarif Agustin S,Sn yang menuturkan bahwa Pola perilaku Netizen Indonesia dalam merespon pemberitaan viral secara umum memiliki atensi yang sangat tinggi, mereka cenderung berperilaku berbeda dengan kehidupan nyata, seperti contohnya mereka mengapa hal tersebut terjadi, menurut beliau indikasi yang membuat perilaku tersebut karena mereka tidak dapat menyalurkan pendapat mereka di dunia nyata, di dunia nyata kebebasan mereka dibatasi, sulitnya mengekspresikan diri membuat mereka memendam perasaan tersebut. Mereka melampiaskan rasa tersebut di media sosial yang membuat mereka tidak bisa mengontrol diri dan berbuat *out of the box* atau diluar batas wajar. Menurut beliau hal ini terjadi disamping karena terbatasnya ruang ekspresi di dunia nyata, bisa juga karena FOMO atau *Fear Of Missing Out* yang bisa diartikan takut ketinggalan berita yang membuat mereka berperilaku over reaktif dan over sharing. Kurangnya perhatian dari lingkungan bisa membuat mereka ingin diperhatikan di media sosial dengan cara apapun bisa dengan memberi respon yang terlampau berlebihan dalam pemberitaan tersebut dengan beropini diluar jalur. Perilaku mereka cenderung “liar” karena mereka berpikir mereka akan lebih bebas “berteriak” di sosial media Dibanding dalam kenyataan. Mayoritas pemikiran Netizen Indonesia masih beranggapan bahwa media sosial adalah wadah untuk bersenang-senang yang membuat mereka berperilaku semaunya tanpa berpikir panjang. Perilaku ini juga akan sangat berbeda jika mereka ditempatkan langsung secara *face to face*, mereka pastinya akan lebih mengerem dan lebih berfikir terlebih dahulu sebelum berbuat.

Untuk yang kedua dari sudut pandang psikologi yang diutarakan oleh informan yang bernama Raissa Hadiman, M.Psi , beliau menuturkan bahwa dalam ilmu psikologi pola perilaku bermedia sosial Netizen Indonesia dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya tipe kepribadannya beberapa memiliki kecenderungan pribadi yang memiliki kecemasan tinggi sehingga lebih mudah terpengaruh pada berita viral yang membuat atensi mereka lebih besar terhadap pemberitaan tersebut ada juga tipe pribadi yang sering menentang sehingga tidak mudah percaya dengan kebenaran berita viral. Untuk yang kedua adalah faktor mental, kesehatan mental juga mempengaruhi pola perilaku saat bermedia sosial. Individu yang kondisi mentalnya tidak stabil cenderung terpancing dengan pemberitaan viral, mereka cenderung berperilaku diluar dari kebiasaan dalam artian bertindak semaunya, lebih gegabah dan berbuat tanpa berfikir panjang sehingga sering menimbulkan kegaduhan seperti komentar negatif yang berujung pada penilaian buruk dari netizen diluar negeri. Indicator lain juga dapat mempengaruhi perilaku netizen Indonesia dalam bermedia sosial diantaranya ada faktor lingkungan, pendidikan, latarbelakang ekonomi dan sebagainya.

Dalam penuturan yang terakhir adalah pandangan dari informan yang terakhir yang bernama Sesty Arum P., S.Psi yang merupakan psikolog media sosial menuturkan bahwa secara psikologi perilaku netizen Indonesia dipengaruhi oleh banyak hal tergantung masing-masing individu, namun mayoritas berperilaku tergantung pola didikan dari lingkungan sekitar, faktor usia juga mempengaruhi semakin berumur biasanya mereka cenderung lebih terpola sementara untuk usia remaja mereka cenderung lebih ekspresif berperilaku lebih liar dan lebih menggebu-gebu dalam bermedia sosial. Ada juga faktor pengalaman pribadi, biasanya pengalaman pribadi lebih membentuk perilaku netizen di media sosial. Misalnya seperti pengalaman dihujat atau di rendahkan mereka cenderung akan mempola diri untuk lebih tertutup ataupun malah lebih parah dengan melakukan perilaku yang dia alami kepada orang lain. Situasi juga menentukan perilaku individu, saat berselancar di media sosial perilaku individu akan terpengaruh oleh situasi dia saat itu, ketika mereka dalam keadaan tidak baik mereka akan sangat muda terpancing emosi, mudah marah, mudah bereaksi terhadap suatu hal yang dia rasa mengganggu, begitupun sebaliknya ketika dalam keadaan senang maka dia akan lebih santai dan relax, prilakunya pun dapat dengan mudah dikontrol dan tingkahlakunya juga akan lebih terpola dengan befikir terlebih dahulu sebelum bertindak.

Pola perilaku netizen Indonesia sejatinya bisa di klasifikasi menjadi dua kriteria perilaku seseorang dalam bermedia sosial yaitu benign Online Disinhibition dan Toxic Online Disinhibition . Benign Online Disinhibition adalah pola perilaku seseorang yang lebih menunjukkan banyak emosi, harapan, ketakutan dan keinginan berperilaku baik. Karakteristik yang seperti ini menandakan kemampuan untuk mengembangkan diri dalam menyelesaikan masalah, mengembangkan emosi dan menambah pengalaman. Sedangkan, toxic Online disinhibition adalah pola perilaku seseorang dengan senantiasa berperilaku negatif dengan melontarkan kata kasar, kritikan keras, tempramen, kebencian, ancaman atau mengunjungi sisi gelap dari lingkungan online seperti pornografi, kekerasan dan kejahatan yang hanya dilakukan di dunia maya (Suler, 2015).

Gambar 1. Diagram yang membentuk Pola Perilaku Bermedia Sosial Netizen Indonesia



Dalam kacamata pengamat media sosial pola perilaku netizen Indonesia ditentukan oleh beberapa faktor, beliau menuturkan bahwa “Pola perilaku negatif netizen di Indonesia biasanya saat berinteraksi kebanyakan menyembunyikan identitasnya, mereka juga mudah terprovokasi dan mudah terpancing emosinya. Penyebab utamanya ya faktor lingkungan karena di lingkungan terkecil dalam lingkup keluarga yang kurang mengajarkan etika dalam berinteraksi. Sementara perilaku positif netizen Indonesia yang menjadi ciri khas adalah memiliki rasa menghargai antara sesama yang terlihat dari kebersamaan yang solid dan memiliki positif vibes yang memberikan pikiran positif dalam bersosial media”.

Dalam kacamata psikologi, ahli psikologi menuturkan bahwa “perilaku negatif netizen Indonesia sudah masuk dalam perilaku yang menyimpang, karena indikasinya ya perilaku tersebut sudah mengganggu hubungan sosial, mengganggu produktivitas dan merugikan semua pihak. Contoh perilaku yang sering terjadi adalah berkomentar negatif dengan menyerang secara personal baik fisik maupun psikis adapun karakter negatif yang khas dari netizen Indonesia adalah tingkah laku yang cenderung berlebihan atau over reaktif, over sharing dan over proud yang dapat merugikan semua pihak. Untuk perilaku positif yang terlihat dalam pola perilaku netizen Indonesia dapat dilihat dengan komentar yang lebih berhati-hati dengan pemikiran secara bijak dan rasional sebagian dari mereka dapat mengontrol emosi dan ego mereka di media sosial membuat mereka terlihat lebih humanis dan friendly menjadi salah satu poin positif dari perilaku netizen Indonesia”

Tabel 1. Pola Perilaku netizen Indonesia di media sosial

Perilaku Negatif	Perilaku Positif
Menyembunyikan Identitas	Berkomen lebih bijak dan rasional
Memiliki reaksi berlebih (over reaktif, over sharing dan over proud)	Memiliki rasa menghargai sesama pengguna sosial media
Komentar cenderung negatif (menyerang pribadi baik fisik maupun psikis)	Dapat mengontrol emosi dan ego
Senang memprovokasi dan mudah terpancing emosi	Selektif dalam memilih berita
Mediator penyebar hoax, SARA, pornografi, kekerasan dan ujaran kebencian	Memiliki positif vibes (menciptakan suasana damai di sekeliling)

Sumber: Hasil penelitian, 2021

Untuk pengamatan ketiga dari ahli psikologi media sosial, mengatakan bahwa “perilaku yang membuat netizen Indonesia dinilai negatif adalah perilaku mudah termakan berita yang belum tervalidasi kebenarannya. Adapun sebagian dari yang lainnya malah menjadi mediator dalam penyebaran HOAX, berita yang mengandung SARA, pornografi, kekerasan dan ujaran kebencian. Oleh karena itu ada yang dinamakan *buzzer* atau yang disebut netizen bayaran yang di pekerjakan untuk tujuan tertentu, perilaku ini juga yang menjadi salah satu alasan yang membuat netizen Indonesia dikenal sebagai netizen yang bar-bar. Untuk perilaku positif yang dimiliki sebagian netizen Indonesia adalah dengan memilah berita yang masuk, mereka lebih teliti dan mengkroscek dengan detail agar secara tidak langsung ikut terjun menyebarkan berita negatif”.

2. Karakteristik Perilaku Netizen Indonesia

Karakteristik Netizen Indonesia memiliki berbagai macam hal yang dapat mempengaruhi, menurut penuturan dari informan yang terdiri dari pengamat media sosial serta psikolog menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah yang pertama menurut Abang Edwin Syarif Agustin S,Sn yang merupakan pengamat media sosial mengatakan bahwa, secara umum memang banyak yang melatabelakangi karakter Netizen Indonesia, beliau mengutarakan bahwa hal tersebut kembali lagi terhadap masing-masing individu, namun hal yang paling umum adalah faktor pendidikan, faktor lingkungan dan faktor keluarga. Biasanya didikan keluarga menjadi awal dari pembentukan karakteristik seseorang setelah itu lingkungan juga mempengaruhi, pergaulan yang menjurus pada hal-hal negatif tentunya akan menumbuhkan karakter yang terbiasa berbuat negatif. Sementara latarbelakang pendidikan merupakan faktor selanjutnya walaupun tidak terlalu berpengaruh karena fakta dilapangan memaparkan orang berpendidikan tinggi tidak menjamin karakternya mencerminkan tingkatan pendidikannya. Hal yang paling sulit dipahami adalah di media sosial justru banyak orang yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan kenyataannya, mereka bisa dikatakan memakai topeng untuk menjadi pribadi lain yang berbeda dengan kehidupan nyata. Terkadang banyak juga yang benar-benar merubah diri di media sosial dengan merubah identitas memakai akun palsu, identitas palsu dan biasanya memiliki akun lebih dari satu. Hal tersebut sudah merupakan salah satu perilaku yang menyimpang dengan memiliki karakter yang berbeda dengan kenyataannya, mereka merasa bebas dan tanpa ada batasan berbuat semau mereka di media sosial. Tak dapat dipungkiri lagi perbuatan mereka yang keluar jalur dapat berdampak negatif tidak hanya terhadap diri sendiri bahkan sampai merugikan orang lain.

Berikutnya penuturan dari Raissa Hadiman, M.Psi yang merupakan seorang psikolog, mengatakan dalam pandangan psikologi faktor yang membentuk karakter netizen Indonesia dalam menyikapi pemberitaan viral tergantung masing-masing individu, namun dalam psikologi ada juga yang dinamakan topeng kepribadian dimana karakteristik terbentuk berdasarkan keinginan dia sendiri, peran mereka berbeda disesuaikan berdasarkan tantangan yang dihadapi oleh karena itu karakter netizen Indonesia sejatinya tidak dapat ditebak atau di prediksi namun dalam realitas dilapangan terlihat bahwa karakteristik netizen Indonesia cenderung power full atau bisa diartikan mereka totalitas dalam berselancar dimedia sosial, kebanyakan mereka menjadi over dan menyikapi pemberitaan dengan respon yang diluar dugaan. Dalam pemaparannya beliau menjelaskan bahwa respon mereka cenderung menjurus pada hal negatif, karena di masa saat ini banyak orang yang mengalami tekanan dan tuntutan baik dari pekerjaan, sekolah, keluarga ataupun yang lainnya. Hal tersebut membuat mereka membutuhkan sebuah pengalihan atau hiburan untuk merubah suasana hati mereka dengan melihat kondisi orang lain, pada akhirnya dia melihat perilaku atau kondisi orang lain dirasa “lebih buruk” daripada dirinya sendiri membuat secara tidak sadar ingin melampiaskan tekanan tersebut pada orang lain. Cerminan tersebut membuat tumbuhnya karakteristik individu yang bisa dikatakan menyimpang dengan indikasi sering berkomentar tanpa memahami lebih dalam pemberitaan, memakai akun palsu karena biasanya tidak siap di cap buruk oleh lingkungan dan komentar yang disampaikan tidak memiliki makna dan cenderung komentar kasar dan negatif. Dalam psikologi karakteristik orang yang menyimpang tersebut cenderung dapat mengganggu produktivitas, mengganggu relasi sosial dan merugikan diri sendiri dan tak jarang orang lain juga terkena dampaknya.

Untuk informan ketiga yang merupakan psikolog media sosial Sesty Arum P., S.Psi mengatakan dalam ilmu psikologi faktor yang membentuk karakteristik Netizen Indonesia dalam menyikapi pemberitaan viral memiliki banyak faktor diantaranya menurut (Suler, 2015) mengatakan bahwa ada istilah *Disinhibition Effect* yang berarti bahwa pengguna media sosial merasa tidak terikat dan tidak ada kendali dari luar diri. Media sosial cenderung anonim dan orang lain tidak akan tau identitas asli yang dia sebenarnya yang membuat mereka berbuat lebih bebas. Hal tersebut yang membuat karakteristik netizen Indonesia cenderung berbeda dengan yang sebenarnya. Beliau berkata Karakteristik netizen Indonesia dalam sisi psikologi dinamakan negativity bias atau kecenderungan manusia pada hal hal bersifat negatif yang akan membangkitkan reaksi emosional yang sifatnya mengancam sehingga mendapatkan respon yang sangat cepat yang membuat berita tersebut viral dengan cepat. Karakteristik netizen Indonesia dibentuk dari budaya atau kebiasaan sehari-hari individu tergantung cara mengekspresikan diri dalam berperilaku di dunia maya yang mengindikasikan cerminan dari ekspektasi, harapan dan kebutuhan diri orang tersebut (Suler, 2015). Beliau juga menyebutkan bahwa karakteristik netizen Indonesia dilatarbelakangi oleh FOMO atau *Fear Of Missing Out* dapat diartikan sebagai takut ketinggalan berita terbaru, dalam psikologi hal ini bisa disebut perilaku menyimpang karena dapat dikategorikan sebagai kecanduan internet karakteristik individu yang kecanduan internet bisa dilihat dari perilaku bermedia sosial yang biasanya sering berkomentar tanpa adanya maksud yang jelas, sering memprovokasi, dan selalu ingin terlihat menonjol dari yang lain.

Disamping perilaku negatif dan positif yang sudah dijabarkan sebelumnya, perilaku netizen Indonesia senantiasa dipengaruhi oleh kondisi psikologis. Dalam sudut pandang psikologi hal tersebut dapat dijelaskan sebagai *Online Disinhibition effect*, dimana istilah itu merupakan suatu kondisi psikologis dimana seorang lebih nyaman menunjukkan perilaku, perasaan dan pemikiran tertentu di dunia maya atau media sosial daripada di dunia nyata atau lingkungannya. Seseorang yang dalam kondisi itu dapat dilihat saat individu tersebut melakukan sesuatu di dunia maya yang biasanya tidak mereka lakukan di dunia nyata. Mereka cenderung tidak terkendali, ekspresif dan lebih terbuka menjalankan kehidupannya dan berbagi pengalaman hidupnya di media sosial dari pada di lingkungan yang nyata (Suler, 2015).

Gambar 2. Diagram yang membentuk Karakteristik Bermedia Sosial Netizen Indonesia



Dari sudut pandang pengamat media sosial menuturkan, “kondisi seseorang dalam berperilaku dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang membentuk dan menentukan karakter seseorang dalam berperilaku di media sosial. Biasanya netizen itu ya, biasanya melampiaskan keluh kesahnya di media sosial, jadi ya kalo di dunia nyata atau lingkungannya tertekan, kurang diperhatikan ya biasanya mereka jadi lebih caper di sosmed lebih banyak tingkah. Sebaliknya kalo mereka harmonis di lingkungannya, diperhatikan ya perilaku di sosmed juga bakal terkontrol lebih humanis juga ga banyak tingkah”. Sementara dalam pandangan psikologi ahli psikologi mengatahakan, “hal yang mempengaruhi perilaku seseorang biasanya adalah faktor mental, kalo mentalnya sehat ya dia juga mikir dulu sebelum lakuin sesuatu sebaliknya biasanya kalo kesehatan mentalnya keganggu biasanya dia bertindak diluar kontrol atau bisa dibilang liar, ngelakuin sesuatu tanpa mikir panjang resikonya ya ujungnya ngelakuin perilaku negatif. Kecemasan yang berlebih di lingkungannya juga yang membuat seseorang berperilaku dominan di media sosial, biasanya mereka akan terbuka dan cenderung over di media sosial, kurang menghargai pengguna sosial media lain dan kehilangan rasa malu. Biasanya mereka juga tidak peduli dengan lingkungan sekitarnya yang bikin dia lebih caper di sosmed, mengekspresikan isi hatinya di media sosial. Sementara untuk yang senantiasa dominan berperilaku di dunia nyata biasanya senantiasa memiliki peran penting di lingkungannya dengan senantiasa menjadi pusat perhatian dalam lingkungannya”

Tabel 2. Karakteristik Perilaku Dominan netizen Indonesia

Karakteristik Prilaku Dominan di Sosial Media	Karakteristik Perilaku Dominan di Dunia Nyata
Kurang diperhatikan dalam lingkungannya	Mudah dalam bersosialisasi
Ruang ekspresi terbatas	Memiliki mental yang stabil
Tidak peduli terhadap lingkungan sekitar	Memiliki peranan penting dalam lingkungannya
Memiliki kecemasan yang berlebih	Berada dalam lingkungan yang harmonis
Mendapat tekanan dalam lingkungannya	Memiliki kepribadian terbuka
Memiliki topeng kepribadian	Memiliki wawasan yang luas

Sumber: Penelitian, 2021

Selanjutnya untuk yang ketiga dari sudut pandang ahli psikologi media sosial memberikan keterangannya bahwa, “perilaku yang membuat seseorang berperilaku dominan di media sosial biasanya memiliki topeng kepribadian atau kepribadian ganda, mereka juga memiliki ruang berekspresi yang terbatas di lingkungannya. Orang yang memiliki kepribadian ganda atau bertopeng senantiasa aktif di media sosial karena mereka dengan bebasnya berganti identitas dan berperilaku apapun tanpa ada batasan seperti di dunia nyata, mereka akan terlihat sangat aktif bahkan cenderung

hyper untuk berinteraksi dengan siapapun di media sosial dengan berganti identitas dan pribadi yang berbeda yang berujung pada tindakan yang negatif. Mereka yang terbatas bereksperisi di lingkungannya juga cenderung akan akan dominan di media sosial, karena peran yang terbatas di dunia nyata membuat mereka melampiaskannya di media sosial dengan menambah intensitas interaksi di media sosial, yang bisa diartikan telah kecanduan dan menjadi perilaku yang menyimpang. Perilaku yang bertolak belakang dengan pernyataan tadi biasanya memiliki karakter yang mudah bersosialisasi dilingkungannya dan memiliki wawasan luas, pribadi tersebut cenderung dominan di dunia nyata, membuat peran mereka di media sosial lebih rendah namun dampak keberadaannya cukup baik dan memberi energi positif bagi pengguna lain di sekitarnya.

4. CONCLUSION

Dalam penelitian Pola perilaku netizen Indonesia dalam bermedia sosial memberikan kesimpulan bahwa pengguna sosial media memiliki berbagai karakter, hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku yang terbentuk dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengaruh lingkungan sekitar, pengaruh latarbelakang pendidikan, pengaruh pengalaman di masa lalu ataupun pengaruh dalam diri pribadi.

Peneliti menemukan hasil terkait pola perilaku netizen Indonesia yang dibagi menjadi dua kriteria karakter perilaku, yaitu perilaku negatif dan perilaku positif. Perilaku negatif netizen Indonesia dapat terlihat dari tingkah laku di media sosial yang biasanya cenderung menyembunyikan identitas dalam bermedia sosial, senantiasa bereaksi berlebihan terhadap suatu pemberitaan, berlebihan dalam membagikan berita dan memiliki kepercayaan tinggi yang berlebih. Netizen yang tergolong memiliki perilaku negatif juga cenderung senang memprovokasi ataupun terprovokasi, komentar di media sosialnya juga biasanya cenderung tidak beretika dan biasanya menyerang fisik dan psikis, perilaku negatif ini juga biasanya berperan menjadi mediator penyebar berita hoax, pornografi, SARA, kekerasan dan ujaran kebencian. Sementara perilaku positif dapat dicirikan memiliki tingkah laku yang selektif dalam memilih berita, berkomentar secara bijak dan rasional, menghargai pengguna media sosial lain, dapat mengontrol emosi dan ego, memiliki positif vibes yang dapat menjadi sumber ketenangan bagi orang lain di sekitarnya.

Karakteristik netizen Indonesia dapat diklasifikasikan berdasarkan perilaku di media sosial, biasanya pola perilaku yang membentuk mereka senantiasa bertolak belakang dengan kehidupan nyata. Netizen Indonesia cenderung lebih powerful di media sosial, kebanyakan dari mereka mengesampingkan etika dan norma yang berlaku dengan berperilaku secara situasional tanpa memikirkan akibat dari perilaku yang telah mereka lakukan.

Perilaku positif dan negatif menyikapi pemberitaan viral di internet mencerminkan karakteristik (1) pengguna sosial media yang berperilaku dominan di media sosial dan (2) pengguna sosial media yang berperilaku dominan di dunia nyata. Karakter netizen yang berperilaku dominan di media sosial biasanya kurang diperhatikan lingkungan sekitar, terbatasnya ruang eksperisi, memiliki kecemasan berlebih, selalu tertekan di lingkungannya, memiliki topeng kepribadian dan tidak peduli lingkungan sekitar. Sementara untuk pengguna sosial media yang berperilaku dominan di dunia nyata biasanya mudah dalam bersosialisasi, memiliki mental yang stabil, menjadi pusat perhatian di lingkungannya, berada dalam lingkungan yang harmonis, memiliki wawasan yang luas dan berperan aktif di lingkungannya. Penelitian yang dilakukan ini secara garis besar memberikan gambaran bahwa karakteristik netizen Indonesia yang terkenal barbar dan tidak sopan, sejalan dengan survey yang dilakukan Microsoft. Hal tersebut bukan tanpa alasan, walaupun tidak semua netizen Indonesia memiliki karakter dan perilaku yang seperti itu namun secara general memang mengindikasikan bahwa kebanyakan netizen Indonesia berperilaku negatif di media sosial.

Namun, penelitian ini tidak bisa dijadikan acuan yang akurat mengenai pola perilaku netizen Indonesia dikarenakan hasil penelitian ini bisa lebih dikembangkan dan dibuat lebih spesifik dengan meneliti perilaku pengguna sosial media di suatu komunitas atau lembaga, atau difokuskan pada pertimbangan demografi ataupun geografinya.

ACKNOWLEDGEMENTS

Apresiasi dan terimakasih yang setulus tulusnya kepada Keluarga yang telah mendukung jalannya penelitian ini, yang terdalam bapak Dekan Dasrun Hidayat, S.Sos., M.I.Kom, Ibu Kaprodi Reza Rizkina Taufik, S.I.Kom., M.M dan ibu Dosen Pembimbing Maya Retnasary, S.I.Kom., M.I.Kom, tidak

lupa peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada narasumber yang telah memberikan informasi mengenai topik dalam penelitian ini diantaranya bapak Abang Edwin Syarif Agustin S,Sn, Ibu Raissa Hadiman, M.Psi dan ibu Sesty Arum P., S.Psi . Tanpa dukungan dan bimbingan dari mereka, penelitian ini tidak dapat berjalan hingga saat ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih pada semua yang terlibat dan berharap kedepannya penelitian ini memberi banyak manfaat terhadap perkembangan media sosial untuk dapat menganalisis pola perilaku komunikasi atau karakteristik pengguna media sosial pada pemberitaan viral di media sosial.

5. REFERENCES

- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hootsuite dan We Are Social. (2021). *Social Media Trends 2021*. Retrieved from <https://kumparan.com/asep-totoh/media-sosial-untuk-bisnis-1vCNemJbO65/full>
- Ibrahim, D. (2015). *Penelitian Kualitatif*. Journal Equilibrium.
- Kemkominfo. (2017). *Cara Mengatasi Berita "Hoax" di Dunia Maya*. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/8949/ini-cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/0/sorotan_media
- Kholid, A. (2015). *Promosi Kesehatan Dengan Pendekatan Teori Perilaku Media Dan Aplikasi (VII)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2021). *KPI harap semua masyarakat tingkatkan literasi dalam konten digital*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/2166694/kpi-harap-semua-masyarakat-tingkatkan-literasi-dalam-konten-digital>
- Magdalena, M. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*, 2(2), 313-324.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. BULETIN PSIKOLOGI, 25(1), 36-44.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Journal of Chemical Information and Modeling. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri, B. C. A. (2013). *Netizen dan Online Activism (Studi Online Reaction Pemberitaan Skandal Bullying Idol Group T-Ara)*.
- Rudi, M. (2017). *Kenapa "Hoax" Mudah Tersebar di Indonesia?* Retrieved from <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/02/08/21160841/kenapa.hoax.mudah.tersebar.di.indonesia>
- Rulli, N. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soeparno, K., & Sandra, L. (2011). *SOCIALPSYCHOLOGY:THEPASSIONOFFPSYCHOLOGY*. BULETIN PSIKOLOGI, 19(1), 16-28.
- Sudibyo, A. (2016). *Etika Bermedia dan Kontroversi Politik*. HU Kompas.
- Suler, J. (2015). *The Online Disinhibition Effect*, (July 2004). <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Takariani, C. S. D. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan*. In S. Arifianto & C. Juditha (Eds.), *komunikasi Di Era Teknologi Digital (1st ed., p. 119)*. Yogyakarta: HIMPENINDO.
- Tjandrawina, R. R. (2016). *Industri 4.0: Revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi*. Jurnal Medicinus, 29. Retrieved from [http://cme.medicinus.co/cme/pluginfile.php/106/course/summary/Technology Industri 4.pdf](http://cme.medicinus.co/cme/pluginfile.php/106/course/summary/Technology%20Industri%204.pdf)
- Wulandari, S. (2018). *MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN PERILAKU BAHASA*. Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(1), 181-188. Retrieved from <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/mediakom/article/view/1890>
- Yahya, M. (2018). *ERA INDUSTRI 4.0: TANTANGAN DAN PELUANG PERKEMBANGAN PENDIDIKAN KEJURUAN INDONESIA*. Orasi Ilmiah Professor Bidang Ilmu Pendidikan Kejuruan. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/154762984.pdf>