

**FENOMENA *CYBER BULLYING* DI AKUN TIKTOK @CutBull
DALAM PERSPEKTIF ETIKA KOMUNIKASI ISLAM**

SKRIPSI

Ditulis oleh:

Dai'yan Adhita Al Ghifari

Nim. 200401001



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH-2026**

FENOMENA *BULLYING* DI AKUN TIKTOK CUTBUL DALAM PERSPEKTIF ETIKA KOMUNIKASI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-
Raniry Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran
Islam

Oleh:

Daiyan Adhita Al Ghifari
NIM 200401001

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Fajri Chairawati, S.Pd.I., MA
NIP. 197903302003122002

Pembimbing II



Hanifah, S.Sos.I., M.Ag
NIP. 199009202019032015

SKRIPSI

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

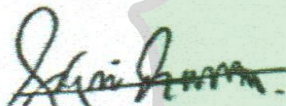
Diajukan Oleh

**Dai'yan Adhita Al Ghifari
NIM.200401001**

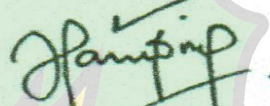
**Pada Hari/Tanggal
Selasa, 3 Febuari 2026**

**Di
Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

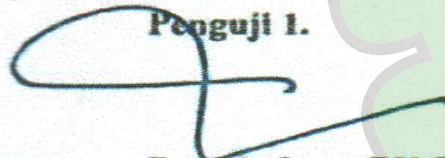
Ketua.


Fajri Chairawati, S.Pd.I., MA.
NIP. 197903302003122002

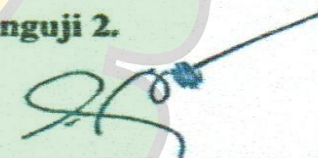
Sekretaris.


Hanifah, S.Sos.I., M.Ag.
NIP. 199009202019032015

Penguji 1.

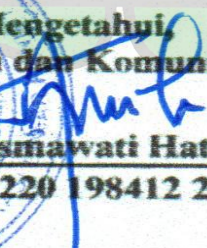

Dr. Ade Irma, BH.Sc., M.A.
NIP. 197309212000032015

Penguji 2.


Azman, S.Sos. I., M., Kom
NIP. 198307132015031004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry


Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 19641220 198412 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Da'iyah Adhita Al Ghifari

NIM : 200401001

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau proposal yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 23 Januari 2026
Penulis,



Dai'yan Adhita Al Ghifari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Fenomena *Cyber Bullying* di Akun Tiktok @Cutbul Perspektif Etika Komunikasi Islam.” Penyusunan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

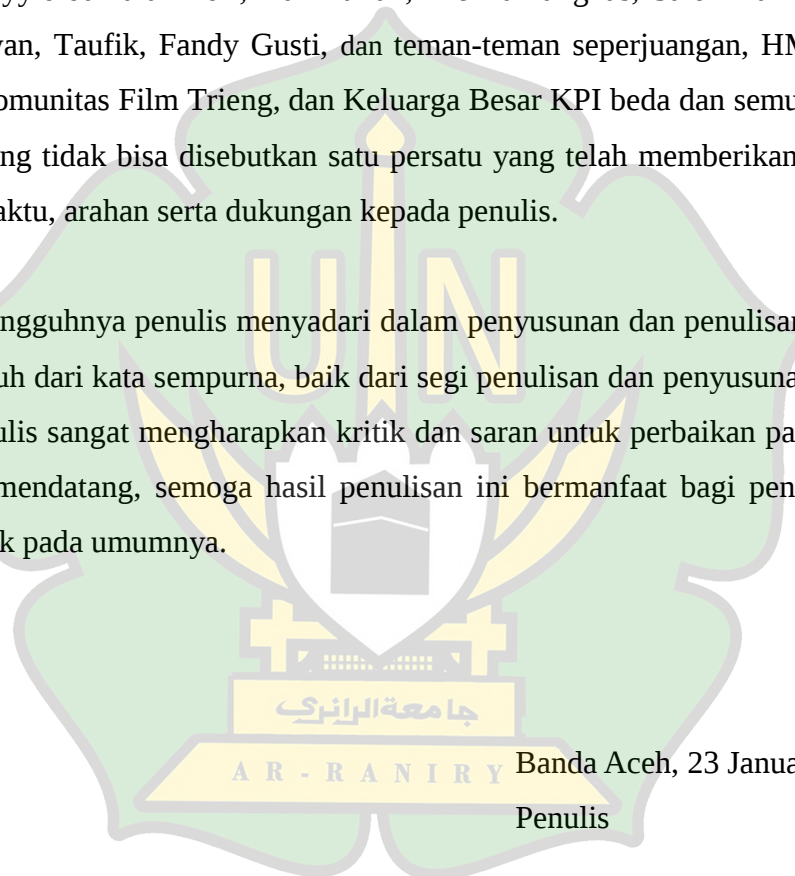
Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang teristimewa, kedua orang tua penulis. Ayahanda Budiman dan Kurniawati yang selalu mengirimkan doa, dukungan, kasih sayang dan nasehat tiada hentinya kepada penulis, sehingga segala hambatan dan rintangan dapat penulis lewati selama masa perkuliahan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang telah diberikan. Untuk kakak saya Friska Adhita Octasa, Odilia Adhita Maresa, Triana Adhita Ramadhan, dan Raisha Adhita Aprilla serta keponakan yang lucu dan menggemaskan Razan Syakila Nayyara yang selalu support saya selama penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M. Ag. selaku Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
3. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Fairus, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Sabirin, S.Sos.I., M.Si selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Ibu Hanifah, S.Sos.I., M.Ag. selaku Sekretaris Prodi.
5. Ibu Fajri Chairawati S.Pd.I, M.A selaku pembimbing I dan Ibu Hanifah, S.Sos.I., M.Ag. selaku pembimbing II sekaligus penasehat akademik

yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, serta memberikan semangat dan motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu kepada penulis selama ini, kemudian kepada seluruh karyawan/karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kepada teman dan sahabat tercinta, Rega Tanoga, Salman Alfarisi, Sayyid Jamalul Adil, Karimullah, Rio Pamungkas, Said Imammuddin, Iwan, Taufik, Fandy Gusti, dan teman-teman seperjuangan, HMP KPI, Komunitas Film Trieng, dan Keluarga Besar KPI beda dan semua teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak waktu, arahan serta dukungan kepada penulis.

Sesungguhnya penulis menyadari dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan dan penyusunan, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan pada masa yang akan mendatang, semoga hasil penulisan ini bermanfaat bagi penulis dan sesama pihak pada umumnya.



Banda Aceh, 23 Januari 2026

Penulis

Dai'yan Adhita Al-Ghifari

ABSTRAK

Nama : Daiyan Adhita Al-Ghifari
Nim : 200401001
Judul Skripsi : Fenomena *Bullying* di Akun TikTok Cutbul Perspektif Etika Komunikasi Islam
Jurusan/Fakultas : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Dakwah dan Komunikasi

Kata Kunci : *Bullying, TikTok, Komunikasi.*

Media sosial TikTok menjadi ruang interaksi publik yang memungkinkan terjadinya berbagai bentuk komunikasi, baik positif maupun negatif. Salah satu fenomena yang sering muncul adalah tindakan bullying, termasuk pada akun TikTok *Cutbul* yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena bullying yang terjadi di akun TikTok *Cutbul* serta meninjaunya dari perspektif etika komunikasi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui observasi konten dan analisis komentar pengguna pada akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk bullying yang muncul meliputi ejekan, penghinaan verbal, *body shaming*, serta ujaran kebencian yang bertentangan dengan nilai-nilai etika komunikasi Islam. Dalam perspektif Islam, komunikasi seharusnya berlandaskan prinsip *qaulan sadidan*, *qaulan ma'rufan*, dan *qaulan layyinan* yang menekankan kejujuran, kesantunan, serta penghormatan terhadap martabat manusia. Fenomena bullying di akun TikTok *Cutbul* menunjukkan masih rendahnya kesadaran etika komunikasi di media sosial. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan penguatan nilai-nilai etika komunikasi Islam agar tercipta interaksi digital yang lebih beradab dan bertanggung jawab.

DAFTAR ISI

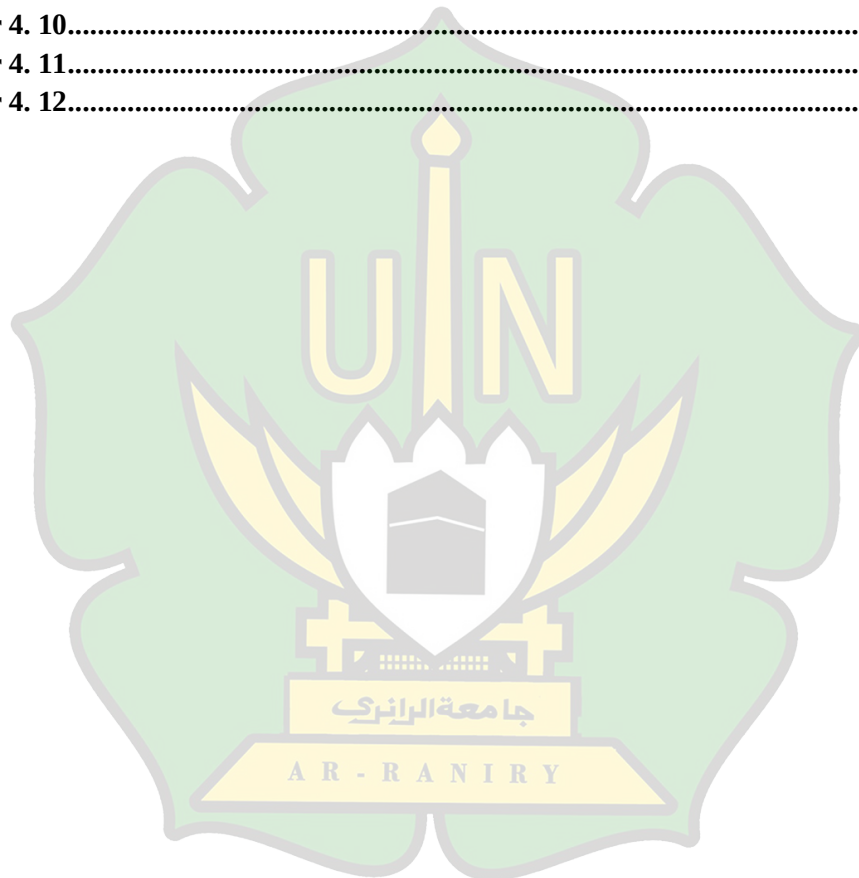
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Operasional	5
F. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	8
A. Kajian Terdahulu	8
B. Komunikasi	14
1. Pengertian komunikasi	14
2. Bentuk-Bentuk Komunikasi	18
C. Etika Komunikasi Islam	20
1. Pengertian Komunikasi Islam	20
2. Pengertian Etika	21
3. Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi Islam	23
D. <i>Bullying</i>	28
1. Pengertian <i>Bullying</i>	28
2. Bentuk-Bentuk <i>Bullying</i>	30
3. Faktor-Faktor <i>Bullying</i>	32
E. Analisis Isi	34

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Subjek dan Objek Penelitian	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Akun Tiktok Cutbul	45
B. Bentuk dan Jenis <i>Bullying</i> di akun TikTok Cutbul	51
C. Faktor-Faktor Terjadi <i>Bullying</i> di Akun TikTok Cutbul	54
D. Fenomena <i>Bullying</i> di akun TikTok @Cutbul di lihat dari aspek perspektif Etika Komunikasi Islam.....	56
E. Analisis Penulis	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1.....	46
Gambar 4. 2.....	47
Gambar 4. 3.....	48
Gambar 4. 4.....	49
Gambar 4. 5.....	50
Gambar 4. 6.....	50
Gambar 4. 7.....	51
Gambar 4. 8.....	51
Gambar 4. 9.....	52
Gambar 4. 10.....	52
Gambar 4. 11.....	52
Gambar 4. 12.....	52



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Salah satu platform media sosial yang sangat populer di berbagai kalangan adalah TikTok. Platform ini memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk mengunggah video pendek yang dapat menarik perhatian warganet. Namun, di balik popularitasnya, TikTok juga menjadi tempat munculnya berbagai fenomena negatif, salah satunya adalah *bullying*.¹

Fenomena *bullying* di media sosial berbeda dengan *bullying* konvensional karena terjadi di ruang digital yang sifatnya terbuka dan dapat diakses oleh banyak orang. *Bullying* di TikTok sering terjadi melalui komentar negatif, penghinaan, dan ejekan terhadap konten kreator, termasuk pada akun TikTok @cutbul. Akun ini sering menjadi sasaran perilaku *bullying*, yang tampak dari banyaknya komentar kasar, merendahkan, atau bahkan menyerang secara pribadi. Fenomena ini mencerminkan bahwa meskipun teknologi semakin maju, nilai-nilai moral dan etika dalam berinteraksi di dunia maya sering kali diabaikan.²

Dalam Islam, *bullying* atau perbuatan menyakiti orang lain, baik secara verbal maupun non-verbal, sangat dilarang. Allah SWT. berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن

¹ Fatimah, N. "Strategi dakwah di era digital," *Jurnal Dakwah Digital*. 2020

² Wulandari, R, "Fenomena cyberbullying di media sosial: Dampak dan solusinya. *Jurnal Komunikasi*, 2021

يَكُنْ خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ
يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ١١

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum merendahkan kaum yang lain, karena boleh jadi mereka (yang direndahkan) lebih baik dari mereka (yang merendahkan). Jangan pula perempuan-perempuan (merendahkan) perempuan lain, karena boleh jadi perempuan (yang direndahkan) lebih baik dari perempuan (yang merendahkan). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah kamu panggil-memanggil dengan gelar-gelar yang buruk.” (QS. Al-Hujurat: 11).³

Panggilan fasik adalah panggilan dengan menggunakan kata-kata yang mengandung penghinaan atau tidak mencerminkan sifat seorang mukmin. Pada ayat tersebut, terdapat kata لَا يَسْتَحْزِرُ yang artinya dilarang mengolok-olokkan, ini menjadi kata kunci dalam penelitian yang menurut kata tersebut sesuai dengan kasus *bullying*. Selain ayat ini, terdapat beberapa ayat yang bermakna serupa dalam melarang *bullying*, Yakni seperti pada surat Al-Anbiya’ ayat 79, surat Al-Humazah ayat 1, dan surat Al-An’am ayat 10.⁴

Bullying di TikTok sering kali dilakukan secara online dengan berbagai bentuk, seperti penghinaan terhadap penampilan fisik, pencemaran nama baik, hingga *cyberbullying* yang dapat berisiko menyebabkan dampak psikologis yang serius bagi korban. Remaja, sebagai kelompok usia yang dominan menggunakan TikTok, sering kali menjadi sasaran atau bahkan pelaku dari perundungan tersebut. Hal ini menimbulkan berbagai masalah sosial, seperti penurunan harga diri, stres, kecemasan, bahkan depresi pada korban *bullying*.⁵

Sebagai respons terhadap fenomena tersebut, etika komunikasi Islam dapat menjadi solusi yang relevan dan konstruktif. Islam mengajarkan pentingnya etika dalam berinteraksi, termasuk dalam ruang digital. Fenomena munculnya komentar bernada negatif, ujaran merendahkan, serta bentuk perundungan verbal pada

³ Al-Qur’an, Surat Al-Hujurat: 11-12.

⁴ Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Jilid I (Jakarta; Gema Insani), hlm. 423

TikTok salah satunya dapat kita temukan pada akun TikTok @Cutbul. Akun TikTok @Cutbul menunjukkan adanya penyimpangan dari nilai-nilai etika komunikasi yang diajarkan dalam Islam. Padahal, komunikasi Islam menekankan adab dalam berucap, sikap saling menghormati, menjaga lisan, serta menumbuhkan kasih sayang antar sesama. Nilai-nilai tersebut dapat dijadikan pedoman untuk mengurangi dan mencegah terjadinya tindakan bullying di media sosial, termasuk pada platform TikTok.

Dalam perspektif komunikasi Islam, fenomena bullying di akun TikTok @Cutbul dapat dipahami sebagai bentuk kegagalan dalam menyampaikan pesan yang positif dan konstruktif. Interaksi yang terjadi di kolom komentar akun tersebut menunjukkan kecenderungan penggunaan bahasa yang tidak etis dan berpotensi melukai martabat individu, sehingga bertentangan dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam yang menekankan kelembutan, tanggung jawab moral, dan penghormatan terhadap sesama manusia. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Fenomena Bullying di Akun TikTok dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam.” Akun yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini adalah akun TikTok @Cutbul.⁶

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk dan jenis Fenomena *bullying* yang terdapat di akun TikTok @Cutbul?
2. Faktor-Faktor apa saja yang melatarbelakangi terjadi *bullying* di akun TikTok @Cutbul?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk dan jenis fenomena *bullying* yang terdapat di akun TikTok @Cutbul.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya *bullying*

⁶ Fathi, A. S. “Islamic Ethics in the Digital Age: A Study on How Social Media Should Be Utilized for Positive Change,” *Journal of Islamic Studies and Culture* 12 (3), 2020, hlm. 45-61.

di akun TikTok @Cutbul

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian etika komunikasi Islam, khususnya dalam konteks komunikasi digital di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat untuk lebih kreatif menggunakan media TikTok untuk hal-hal yang lebih baik dan bermanfaat.

E. Definisi operasional

1. Pengertian *Bullying*

Bullying merupakan segala bentuk penindasan atau kekerasan yang dilakukan dengan sengaja oleh satu orang atau sekelompok orang yang lebih kuat atau berkuasa terhadap orang lain, dengan tujuan untuk menyakiti dan dilakukan secara terus menerus. Menurut Unicef, *bullying* bisa diidentifikasi lewat tiga karakteristik yaitu disengaja (untuk menyakiti), terjadi secara berulang-ulang, dan ada perbedaan kekuasaan. *Bullying* bisa terjadi secara langsung atau online. *Bullying* online atau biasa disebut *cyber bullying* sering terjadi melalui media sosial, SMS/teks atau pesan instan, email, atau platform online tempat anak-anak berinteraksi.⁷

Artinya definisi *bullying* ini menekankan bahwa perilaku tersebut melibatkan tindakan agresif yang disengaja, berulang kali dilakukan, dan terjadi dalam hubungan interpersonal yang ditandai dengan ketidakseimbangan kekuatan

⁷ <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6284761/pengertian-bullying-adalah-jenis-penyebab-dan-cara-mengatasinya>

antara pelaku dan korban. Terdapat dua jenis bullying, yaitu *direct bullying* dan *indirect bullying*. *Direct bullying* terjadi ketika pelaku melakukan perilaku perundungan secara langsung kepada korban, seperti melakukan pukulan, ejekan, atau tindakan agresif lainnya secara langsung.⁸

2. Tiktok

TikTok merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai efek khusus yang unik dan menarik, sehingga memudahkan penggunanya dalam membuat video pendek yang kreatif dan mampu menarik perhatian banyak orang. Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial sekaligus platform video musik asal Tiongkok yang pertama kali diluncurkan pada September 2016.

Dalam penelitian ini, TikTok didefinisikan sebagai platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan mengonsumsi konten audio-visual secara kreatif dengan dukungan musik, teks, dan berbagai efek visual. Adapun akun TikTok @cutbul merupakan salah satu akun yang digunakan sebagai objek penelitian, yang secara aktif mengunggah konten video pendek dengan karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan komunikasi akun tersebut.

Dengan demikian, akun TikTok @cutbul dalam penelitian ini dipahami sebagai media komunikasi digital yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan kepada audiens dan diukur melalui karakteristik konten serta respons pengguna TikTok.⁹

⁸ Chandra Duwita Ela Pradana, *Pengertian Tindakan Bullying, Penyebab, Efek, Pencegahan dan Solusi* (Universitas Moch. Sroedji Jember: Jawa Timur Indonesia, Maret 2024).

⁹ Marini, Riska. *Pengaruh media sosial tik tok terhadap prestasi belajar peserta didik di*

3. Etika Komunikasi Islam

Komunikasi merupakan proses sosial yang sangat mendasar dan memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Disebut mendasar karena setiap individu, baik yang hidup di masyarakat primitif maupun modern, memiliki kebutuhan untuk menjaga kesepakatan terhadap norma-norma sosial melalui komunikasi. Hal ini dimungkinkan karena manusia secara alami memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan sesamanya, yang pada akhirnya memperkuat kredibilitas dirinya dalam menjalani kehidupan.

Sementara itu, komunikasi Islam dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan-pesan yang berlandaskan ajaran Islam dengan mengacu pada prinsip-prinsip komunikasi yang Islami. Dalam komunikasi Islam, fokus utama terletak pada isi pesan, yakni nilai-nilai atau ajaran Islam, serta pada metode penyampaian, yang mencakup gaya bicara dan pilihan bahasa atau retorika yang digunakan. Pesan-pesan yang disampaikan mencakup keseluruhan aspek ajaran Islam, mulai dari akidah (keimanan), syariah (aturan Islam), hingga akhlak (perilaku mulia). Penyampaian pesan-pesan Islam tersebut dikenal sebagai dakwah, yaitu segala bentuk usaha, baik melalui ucapan maupun tindakan, untuk mengajak manusia agar mengikuti ajaran Islam.¹⁰

F. Sistematika Pembahasan

Agar dapat dipahami dengan jelas penulisan skripsi ini, maka materi-materi yang tertera di dalam penelitian ini akan di bagi menjadi beberapa sub bab dengan

SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2019.

¹⁰ Nur Marwah, "Etika Komunikasi Islam," *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7 (1), 2021.

sistematika pembahasan:

Bab pertama pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua menjelaskan tentang kajian terdahulu, pengertian komunikasi, bentuk-bentuk komunikasi, pengertian komunikasi Islam, pengertian etika, prinsip-prinsip etika komunikasi Islam, pengertian *bullying*, bentuk-bentuk *bullying*, faktor-faktor terjadi *bullying*, analisis isi, dan pendekatan analisis isi.

Bab ketiga memaparkan metode penelitian diantaranya, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai fenomena cyber bullying pada akun TikTok @cutbul berdasarkan perspektif etika komunikasi Islam.

Bab lima kesimpulan dan saran.

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya dan praktik komunikasi di media sosial.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk menghindari terjadinya kesamaan dalam penelitian, penulis terlebih dahulu melakukan kajian pustaka. Penulis menelusuri dan menganalisis berbagai sumber literatur yang berkaitan erat dengan topik yang akan diteliti.

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Yessi Mareta Andari, Putri Fitrawati Azahra, Ester Marito Sinaga, dan Ajeng Linggar Prawitri dengan judul “*Cyberbullying* di Media Sosial Tiktok terhadap Remaja Sekolah Menengah Pertama.” Jurnal ini membahas tentang perkembangan teknologi saat ini yang berlangsung sangat pesat, hingga sulit untuk menghitung banyaknya informasi baru yang terus bertambah di internet setiap harinya. Kemajuan ini membawa dampak positif, salah satunya adalah memperluas jangkauan interaksi sosial melalui jejaring sosial atau yang dikenal dengan media sosial. Namun, penggunaan internet di kalangan remaja, khususnya siswa SMP, memiliki risiko yang cukup tinggi. Aktivitas online seperti mengunggah konten atau memberikan komentar dapat menjadi pemicu terjadinya tindakan perundungan (*bullying*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung. Penelitian ini mengacu pada teori spiral keheningan (*the spiral of silence*), dan hasilnya menunjukkan bahwa praktik bullying masih sering terjadi di kalangan remaja SMP, terutama melalui media sosial. Korban *bullying* cenderung memilih diam dan menahan perlakuan tidak menyenangkan dari pelaku, karena mereka merasa tidak memiliki kekuatan

atau keberanian untuk menyuarakan hak dan membela diri. Perilaku agresif yang ditunjukkan oleh para remaja ini umumnya berakar dari kurangnya pendidikan moral yang seharusnya mereka peroleh dari lingkungan keluarga maupun lingkungan sosial.¹¹

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Nur Ummudiyah Rambe, Nispul Khoiri, dan Waizul Qarai dengan judul “Etika Komunikasi di Media Sosial Tiktok Untuk Mengantisipasi Fenomena *Bullying*.” Jurnal ini menjelaskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami praktik etika komunikasi yang dapat diterapkan dalam penggunaan media sosial TikTok guna mengantisipasi fenomena perundungan (*bullying*). Media sosial TikTok telah menjadi salah satu platform populer bagi penggunanya untuk berbagi konten video pendek. Namun, meningkatnya jumlah pengguna TikTok juga berpotensi memperbesar risiko terjadinya perundungan di platform ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Data dikumpulkan dari video dan komentar yang berkaitan dengan penggunaan TikTok serta praktik komunikasi di dalamnya. Analisis dilakukan dengan fokus pada identifikasi pola perilaku perundungan, serta upaya pengguna dalam menerapkan etika komunikasi untuk mengurangi risiko perundungan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai berbagai bentuk perundungan yang muncul di TikTok dan bagaimana etika komunikasi dapat diterapkan oleh pengguna sebagai langkah pencegahan. Implikasi dari penelitian ini mencakup perumusan pedoman praktik komunikasi yang etis, yang dapat disosialisasikan kepada pengguna TikTok, para pembuat

¹¹ Yessi Mareta Andari, dkk. “Cyberbullying di Media Sosial Tiktok terhadap Remaja Sekolah Menengah Pertama,” *Jurnal Common* 7 (1), 2023, hlm. 33-44

kebijakan, serta pemangku kepentingan lainnya guna menciptakan lingkungan yang lebih aman dan bermartabat di platform tersebut.¹²

Ketiga, artikel yang ditulis oleh Ayuk Nur Hidayati, Wiwid Noor Rakhmad, dan Nurul Hasfi dengan judul “*Cyberbullying* pada Remaja di TikTok Official Account @Cimoycantik12.” Artikel ini membahas bahwa TikTok saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling digemari oleh remaja di Indonesia. Kemudahan akses dan kebebasan berekspresi yang ditawarkan platform ini membuat para remaja leluasa dalam menciptakan dan membagikan berbagai bentuk konten. Namun, kemudahan dan kebebasan tersebut juga menjadikan TikTok sebagai salah satu wadah terjadinya tindakan perundungan daring atau *cyberbullying*. Fenomena ini menjadi isu sosial yang muncul akibat penyalahgunaan platform TikTok. Salah satu contoh kasus *cyberbullying* dialami oleh seorang remaja dengan akun resmi TikTok bernama @Cimoycantik12, yang menerima berbagai komentar negatif berupa hinaan, cercaan, dan kata-kata kasar dari sesama remaja melalui kolom komentarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai bentuk *cyberbullying* yang dilakukan terhadap akun TikTok @Cimoycantik12, serta menganalisis latar belakang atau motif pelaku dalam melakukan tindakan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, serta didukung oleh teori fenomenologi dari Alfred Schutz dan teori *General Affective Aggression Model* (GAAM). Lima remaja berusia antara 18 hingga 24 tahun yang pernah terlibat sebagai pelaku *cyberbullying* terhadap akun tersebut menjadi partisipan dalam penelitian ini.

¹² Nur Ummudiyah Rambe, dkk. “Etika Komunikasi di Media Sosial Tiktok Untuk Mengantisipasi Fenomena *Bullying*,” *Jurnal Manajemen Akutansi (JUMSI)* 4 (1), 2024, hlm. 133-138

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku *cyberbullying* melakukan tindakan tersebut secara sadar, dengan alasan antara lain karena memiliki pengalaman pribadi sebagai korban perundungan daring sebelumnya, serta karena konten dari akun @Cimoycantik12 dinilai memancing respons negatif. Adapun bentuk *cyberbullying* yang dominan ditemukan adalah *flaming* (komentar bernada marah atau menghina) dan *harassment* (pelecehan atau gangguan secara verbal), yang dilakukan melalui kolom komentar akun tersebut. Para pelaku mengungkapkan bahwa motivasi mereka melakukan *cyberbullying* adalah karena mereka menilai konten yang dibagikan oleh @Cimoycantik12 tidak mendidik dan tidak mencerminkan etika penggunaan media sosial yang semestinya dijaga oleh remaja. Hal inilah yang kemudian mendorong mereka untuk memberikan komentar negatif secara terbuka di akun tersebut.¹³

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Annisa Pujawati, Yosa Fiandra dan Zaini Ramdhan dengan judul “Desain *Wardrobe* dalam Iklan *I Am Enough* Tentang *Cyber Bullying* pada Platform Sosial Media Tiktok dengan Fotografi.” Penelitian ini membahas tentang *Cyberbullying* adalah tindak kekerasan yang dilakukan individu atau kelompok melalui media sosial kepada individu lain atau kelompok lain. Bentuk serta metode tindakan *cyberbullying* sangat beragam. Bentuk dari *cyberbullying* bisa berupa pesan ancaman melalui email, mengunggah foto yang mempermalukan korban, membuat situs web untuk menyebar fitnah dan mengolok-olok korban hingga mengakses akun jejaring sosial orang lain untuk mengancam korban dan membuat masalah. Tindakan *cyberbullying* yang

¹³ Ayuk Nur Hidayati, dkk. “Cyberbullying pada Remaja di TikTok Official Account @Cimoycantik12” *Jurnal Interaksi Online* 12 (1), 2024, hlm. 1-12

berkepanjangan mampu mematahkan rasa percaya diri seseorang, membentuk pribadi yang sedih, risih, selalu merasa bersalah atau gagal karena tidak mampu mengatasi sendiri gangguan yang menyimpannya. Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif yang di mana metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber yang telah diamati. Hasil dari pengamatan fenomena ini yaitu *cyberbullying* dilakukan untuk merendahkan dan menjatuhkan individumaupun kelompok melalui kata-kata dengan cara berkomentar pada konten yang diunggah oleh korban. *Cyberbullying* ini rata-rata dilakukan oleh para remaja terutama pada remaja urban yang dekat dengan kemajuan teknologi. Fenomena *cyberbullying* ini sudah banyak bermunculan karena mudahnya dalam mengakses dunia maya atau media sosial, akan tetapi yang terjadi di Indonesia masih menjadi hal yang sepele.¹⁴

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Revydo Eky Pratama dan Regy Ika Cahyani dengan judul “Tinjauan Kriminologi Tindak Pidana Cyberbullying Dalam Komentar pada Akun Tiktok Elynawa21.” Jurnal ini bertujuan untuk memahami dampak media sosial yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di era digital. Melalui berbagai platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, individu dapat saling terhubung, berbagi informasi, serta berinteraksi dengan teman, keluarga, maupun orang asing dari seluruh penjuru dunia. Namun, di balik manfaat tersebut, muncul pula ancaman kejahatan digital, salah satunya adalah tindak pidana *cyberbullying*, yang kini menjadi tantangan serius dalam masyarakat modern yang terus berkembang secara

¹⁴ Annisa Pujawati, dkk. “Desain *Wardrobe* dalam Iklan *I Am Enough* Tentang *Cyber Bullying* pada Platform Sosial Media Tiktok dengan Fotografi,” *Kalatanda: Jurnal Desain Grafis dan Media Kreatif* 4 (2), 2023, hlm. 11-19.

digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi etnografi virtual, yakni salah satu bentuk analisis media siber yang diperkenalkan oleh Rulli Nasrullah dalam karya ilmiahnya berjudul *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi berupa tangkapan layar (screenshot). Adapun teknik analisis data mencakup proses reduksi data, penyajian informasi, hingga penarikan kesimpulan. Studi ini menekankan pentingnya kerja sama antara berbagai elemen masyarakat termasuk aparat penegak hukum, lembaga pendidikan, keluarga, dan masyarakat luas dalam menangani persoalan *cyberbullying* secara menyeluruh dan terintegrasi. Pendekatan dari sudut pandang kriminologi juga memberikan pijakan teoritis yang kuat bagi berbagai upaya dalam mengatasi dan mengurangi dampak negatif dari kejahatan dunia maya ini di tengah masyarakat kontemporer.¹⁵

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Salma Nabila, dkk dengan judul “Analisis Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar pada Media Sosial X, Tik Tok, dan Instagram.” Dalam penelitian dijelaskan bahwa dengan hadirnya media sosial, pola interaksi dan komunikasi antar manusia mengalami perubahan yang cukup drastis. Media sosial memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk menyampaikan pendapat dan berkomentar, namun kebebasan ini juga berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi individu yang terlibat. Di balik berbagai manfaatnya, media sosial tidak luput dari penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, salah satunya sebagai sarana penyebaran kebencian.

¹⁵ Revydo Eky Pratama dan Regy Ika Cahyani, “Tinjauan Kriminologi Tindak Pidana Cyberbullying Dalam Komentar pada Akun Tiktok Elynawa21,” *Humani: Jurnal Hukum Masa Kini* 2 (2), 2024, hlm. 1-13

Salah satu permasalahan yang kerap terjadi adalah meningkatnya kasus ujaran kebencian atau hate speech. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi platform media sosial yang paling banyak mengandung ujaran kebencian. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta analisis langsung terhadap akun media sosial milik artis Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ujaran kebencian paling sering ditemukan di kolom komentar TikTok dan X (sebelumnya Twitter), disusul oleh Instagram. Selain itu, jenis ujaran kebencian yang paling dominan adalah perundungan (bullying), dengan penyebaran tercepat terjadi di platform X. Konten yang mengandung ujaran kebencian umumnya berbentuk komentar perundungan terhadap unggahan individu di media sosial.¹⁶

Diantara kajian-kajian yang relevan dengan penelitian ini, tidak terdapat adanya kesamaan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Walaupun terdapat kesamaan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, penulis membedakan objek kajian dalam penelitian ini dengan objek kajian yang telah dilakukan sebelumnya. Objek kajian penelitian ini berfokus pada fenomena *bullying* dalam akun tiktok Cutbul menurut perspektif etika komunikasi islam.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari Bahasa latin *communicare*, berarti berpartisipasi atau memberitahukan. Secara umum diuraikan bahwa komunikasi adalah memberitahukan informasi dalam bentuk berita, pesan, pengetahuan,

¹⁶ Salma Nabila, dkk. "Analisis Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar pada Media Sosial X, Tik Tok, dan Instagram," *Jurnal Sosmaniora (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 2* (4), 2023, hlm. 645-651

pikiran, dan nilai-nilai pada orang lain dengan maksud agar orang lain tersebut dapat memahami apa yang disampaikan oleh yang menyampaikan informasi.¹⁷

Sedangkan istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa Latin yaitu *communicatio* yang biasa dipakai untuk menjelaskan kemampuan manusia dalam memilih label dan symbol tertentu, atau menjelaskan hubungan diantara manusia dan hubungan manusia dengan dunia disekeliling mereka. Kata *communication* sebenarnya berasal dari dua akar kata yaitu *com* (dalam Bahasa Latin *cum* yang berarti dengan atau bersama-sama dengan) dan *unio* (dalam Bahasa Latin *union* yang diartikan sebagai persatuan). Jadi *communication* menjelaskan *to union with or union together with* – menjadi satu dengan atau bersama-sama dengan.

Selanjutnya, kata komunikasi bagi para ahli memiliki pengertian yang beragam sesuai dengan konteks komunikasi. Menurut catatan Dance dan Larson di tahun 1976 mengungkapkan bahwa setidaknya sudah ada 126 definisi komunikasi diutarakan para ahli berdasarkan keragaman perspektif yang dimiliki. Ahli psikolog melihat komunikasi sebagai proses interaksi, ahli politik melihat komunikasi sebagai perebutan pengaruh dan kekuasaan, dan lain sebagainya. Keragaman definisi yang dibuat para ahli menunjukkan bahwa ilmu komunikasi begitu dinamis dan luas untuk dikaji.¹⁸

Beberapa terminologi komunikasi menurut pakar yang berkompeten di bidangnya, sebagai berikut:

¹⁷ Diana Ariswanti Triningtyas, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Jawa Timur: CV. AE Media Grafika, 2016), hlm. 12

¹⁸ Nur Marwah, "Etika Komunikasi Islam," dalam *al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, Vol. 7 No. 1, (2021), hlm. 1-13 <https://ejournal.iain-bone.ac.id/index.php/alDin/article/view/1704>

1. Menurut Everet M. Rogers, komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Rumusan dari M. Rogers tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi dimana menghendaki adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan rasa saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

2. Lasswel mengemukakan, komunikasi meliputi lima unsur yakni, komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling memberi pengaruh satu sama lain dengan sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan Bahasa verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.¹⁹

Komunikasi adalah suatu aktivitas manusia untuk saling berinteraksi antara satu orang maupun lebih, konsep komunikasi tidak hanya berkaitan dengan masalah cara berbicara efektif saja melainkan juga etika bicara.²⁰ Manusia sebagai

¹⁹ Muhammad Jufri. "Prinsip-prinsip Komunikasi dalam Alquran." dalam *Jurnal KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol. 5 No. 2, (2015). Hlm. 135-159. <https://core.ac.uk/download/pdf/296476293.pdf>

²⁰ Nur Marwah, *Etika Komunikasi Islam...*, hlm. 1-13

makhluk sosial menduduki posisi yang sangat penting. Sebab, hanya manusialah satu-satunya makhluk yang diberi karunia mampu berbicara. Dengan kemampuan bicara itulah, manusia membangun hubungan sosialnya.²¹ Jika dilihat secara agama, dengan mudah kita menjawabnya bahwa Allah SWT. lah yang mengajari kita berkomunikasi, dengan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia.²² Sebagaimana firman Allah dalam QS. Ar-Rahman: 3-4

خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۚ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۚ

3). Dia menciptakan manusia. 4). Dia mengajarnya pandai menjelaskan.

Kata Al-Bayan dalam penafsiran Quraish Shihab dimaknai dengan kejelasan atau jelas. Sementara Thabathaba'i memaknainya dengan potensi mengungkap, yaitu ungkapan yang menginterpretasikan isi pikiran seseorang. Komunikasi dalam pandangan Thabathaba'i tidak hanya sebatas suara yang keluar dari mulut melalui kerongkongan, tali suara, dan rongga dada. Bahkan menurut Thabathaba'i tidak juga seperti makharijul huruf, namun Allah SWT. secara sengaja memberikan manusia kemampuan memahami dan mengartikulasi suara untuk memahami kehidupan sekarang, masa lalu, dan masa yang akan datang. Manusia juga dapat memanfaatkan pancaindera lainnya untuk memberikan pemahamannya yang diperoleh melalui suara.²³

²¹ Subur Wijaya, "Al-Qur'an dan Komunikasi (Etika Komunikasi dalam Perspektif Al-Qur'an)," dalam *Al-Burhan*, Vol. 15 No. 1, (2015), hlm. 1-28 <https://core.ac.uk/download/pdf/335271345.pdf>

²² Yoyon Mudjiono, "Komunikasi Sosial," dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No. 1, (April 2012), hlm. 99-112 <https://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/218/>

²³ Fuadul Mustofa dan Sigit Purnama, "Etika Komunikasi dalam Perspektif Al-Qur'an QS. Ar-Rahman," dalam *Journal On Education*, Vol. 6 No. 2, (Januari-Februari 2024), hlm. 12755-12764 <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4903>

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Dalam komunikasi di dalamnya terdapat beberapa konteks komunikasi, diantaranya:²⁴

a. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri yang bertujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenungi atas apa yang terjadi. Judy Pearson dan Paul Nelson mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna berupa pengolahan informasi melalui sensasi, persepsi, memori dan berpikir di dalam diri.

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah karakteristik yang unik dari sebuah kata yang merupakan turunan dari awal inter, yang berarti antara, dan kata person, berarti orang. Secara umum makna komunikasi interpersonal adalah reaksi di antara dua orang. Pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang merupakan konsep dasar dari komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal melalui proses dapat memberikan efek dan beberapa umpan balik.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok dapat diartikan komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok orang yang jumlahnya minimal 3 orang atau lebih. Menurut Muhammad komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang terjadi diantara

²⁴ Wahyuningsih, Dkk. *Komunikasi Kesehatan*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 34-40.

suatu kelompok yang saling memberi pengaruh satu sama lain, saling memperoleh kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, terikat satu sama lain, dan berkomunikasi dengan saling tatap muka.

d. Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dapat dipahami bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa, seperti radio siaran, televisi, surat kabar, majalah dan film.

e. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang, yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum).

f. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

Bentuk-bentuk komunikasi sangat beragam dan dapat diklasifikasikan berdasarkan arah pesan, jumlah pelaku, media yang digunakan, serta tujuan komunikasi itu sendiri. Setiap bentuk komunikasi memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda, namun semuanya memiliki tujuan utama yaitu menyampaikan pesan secara efektif dari pengirim kepada penerima.

Pemahaman terhadap berbagai bentuk komunikasi sangat penting agar seseorang dapat memilih cara berkomunikasi yang tepat sesuai dengan situasi,

kebutuhan, dan konteks sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, kita secara alami menggunakan berbagai bentuk komunikasi, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media), secara verbal maupun nonverbal.

Kemampuan berkomunikasi yang baik dan tepat individu dapat membangun hubungan sosial yang harmonis, menyelesaikan konflik, menyampaikan informasi secara jelas, serta memberikan pengaruh yang positif dalam lingkungan sekitar. Maka, memahami dan menguasai berbagai bentuk komunikasi menjadi salah satu keterampilan penting dalam kehidupan pribadi, sosial, maupun profesional.

C. Etika Komunikasi Islam

1. Pengertian Komunikasi Islam

Menurut pandangan Islam, komunikasi merupakan aspek penting yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Setiap aktivitas dan langkah manusia senantiasa melibatkan proses komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam, yakni komunikasi yang dilandasi oleh akhlak mulia dan etika yang baik. Ketika berbicara tentang komunikasi Islam, maka yang dimaksud adalah komunikasi yang dibangun berdasarkan nilai-nilai Islam, yang menjunjung tinggi kedamaian, kelembutan, dan keselamatan.

Komunikasi dalam Islam bertujuan untuk menjalin hubungan harmonis, baik dengan diri sendiri, dengan Allah SWT, maupun dengan sesama manusia, demi terciptanya suasana yang damai dan tenteram. Segala bentuk komunikasi yang dapat melukai hati, menyakiti perasaan, atau merusak keharmonisan hubungan antar manusia, seperti pernyataan yang merendahkan atau menyudutkan pihak lain di media sosial, bertentangan dengan prinsip komunikasi Islam. Islam

sangat menaruh perhatian terhadap hal ini, sebagaimana tercermin dari berbagai istilah yang terdapat dalam Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika dan tata cara berkomunikasi.²⁵

Komunikasi Islam merupakan proses penyampaian ajaran-ajaran Islam dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam komunikasi Islam, perhatian utama diberikan pada isi pesan, yaitu ajaran atau nilai-nilai keislaman, serta pada cara penyampaian, termasuk gaya berbicara dan penggunaan bahasa atau retorika yang baik dan santun. Pesan-pesan yang disampaikan mencakup seluruh aspek ajaran Islam, seperti keimanan (akidah), pelaksanaan ibadah dan hukum Islam (syariah), serta perilaku dan moral (akhlak).

Pesan-pesan tersebut secara umum dikenal sebagai dakwah, yakni usaha, baik secara lisan maupun tindakan, untuk mengajak manusia menjalankan ajaran Islam. Menurut Abuddin Nata, etika komunikasi membahas tindakan-tindakan manusia yang bersumber dari akal dan pemikiran filosofis, dengan tujuan untuk menilai dan menentukan apakah suatu tindakan dalam proses komunikasi layak disebut baik, buruk, terhormat, atau mulia. Etika ini berperan dalam menilai perilaku manusia dalam menyampaikan dan menerima pesan antar individu.²⁶

2. Pengertian Etika

Kata “etika” dalam bahasa Indonesia berasal dari berbagai bahasa lain, seperti bahasa Arab *akhlāq*, bahasa Latin *ethica*, bahasa Inggris *ethics*, bahasa

²⁵ Muhammad Ilmi Saggaf, dkk. “Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial.” *JCS: Journal of Communication Studies* 1 (1), 2021, hlm. 15-29

²⁶ Nur Marwah, “Etika Komunikasi Islam.” *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7 (1), 2021, hlm. 1-13

Prancis *ethique*, bahasa Belanda *ethiek*, dan bahasa Jerman *ethic*. Secara etimologis, istilah ini diturunkan dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti ‘adat istiadat’ atau ‘kebiasaan berperilaku’. Sementara itu, dalam bahasa Latin terdapat kata *mos* atau *moris* yang memiliki makna serupa. Dengan demikian, meskipun istilahnya berbeda-beda di berbagai bahasa, makna dasarnya tetap sama.

Secara umum, etika mengacu pada aturan-aturan dalam pergaulan, kebiasaan, dan perilaku manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang berfungsi untuk menentukan nilai-nilai tentang apa yang dianggap baik atau buruk. Dalam kehidupan sosial, terdapat sistem yang mengatur bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain. Aturan tersebut, yang dikenal sebagai etika atau sopan santun, bertujuan untuk menjaga keharmonisan dan menghormati hak serta kepentingan antara pihak penyampai pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) dalam proses komunikasi.²⁷

Etika yang dijadikan sebagai landasan bersumber dari nilai-nilai moral yang terkandung dalam Al-Qur’an dan Sunnah Nabi. Al-Qur’an sebagai wahyu dari Allah memberikan dasar-dasar prinsip yang menjadi fondasi etika dalam berkomunikasi, termasuk dalam ranah komunikasi massa. Dalam praktik komunikasi, etika yang digunakan harus sejalan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Berkomunikasi secara baik menurut ajaran agama tentu harus selaras dengan nilai-nilai keagamaan yang diyakini oleh masing-masing individu.²⁸

²⁷ Muhammad Ilmi Saggaf, dkk... hlm. 1-13

²⁸ Wahidah Suryani, “Etika Komunikasi Dalam Islam.” *SAF: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1 (1), 2022, hlm. 22-37

3. Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi Islam

Komunikasi dalam Islam berlandaskan kuat pada ajaran-ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Nilai-nilai seperti perdamaian, sikap ramah, serta rasa aman dalam berkomunikasi selaras dengan prinsip utama Islam, yang menekankan penghormatan terhadap sesama manusia dan mendorong terbentuknya hubungan sosial yang dilandasi kebaikan, tanpa memandang latar belakang agama atau kewarganegaraan. Islam menekankan pentingnya komunikasi yang beretika, pemilihan kata yang santun, serta kejujuran dan kejelasan dalam menyampaikan pesan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam Islam tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, melainkan juga mencakup aspek-aspek etis, moral, dan spiritual yang membentuk cara manusia berinteraksi satu sama lain.²⁹

Secara umum, nilai-nilai universal sebagai sebuah etika komunikasi Islam antara lain adalah:

a. Kejujuran berkomunikasi

Kejujuran dan objektivitas dalam komunikasi merupakan nilai fundamental yang harus dijaga dan diterapkan dalam setiap aktivitas komunikasi. Dalam Al-Qur'an, nilai kejujuran ini dikenal dengan berbagai istilah seperti *amanah*, *ghair al-takzib* (tidak berdusta), *shidq* (jujur), dan *al-haq* (kebenaran). Seorang komunikator dilarang menyampaikan informasi palsu, berita bohong, atau cerita yang tidak benar. Dalam kehidupan sehari-hari, kita seringkali terlibat dalam canda dan tawa sebagai bagian dari dinamika komunikasi sosial. Namun, sering

²⁹ Mubarak Ahmadi dan Tri Tami Gunarti, "Etika Komunikasi dalam Dunia Maya: Interaksi dan Implikasi Komunikasi." *J-Kis: Jurnal Komunikasi Islam* 4 (2), 2023, hlm. 237-246

kali dalam bercanda, seseorang melebih-lebihkan cerita atau bahkan mengarang sesuatu demi membuat orang lain tertawa. Tindakan semacam ini, apabila mengandung kebohongan, secara tegas dilarang dalam ajaran Islam karena termasuk perbuatan yang tidak dibenarkan.

Dalam komunikasi Islam, makna kejujuran tidak hanya sebatas berkata benar, tetapi juga mencakup nilai keadilan, yaitu kemampuan menempatkan komunikasi secara tepat dan proporsional. Keadilan dalam konteks ini berarti bahwa penyampaian pesan harus selaras dengan norma kepatutan dan kewajaran, serta disesuaikan dengan situasi dan kondisi sosial masyarakat tempat komunikasi itu dilakukan.

b. Cermat dan Akurat dalam Berkomunikasi (*Tabayyun*)

Manusia hidup dalam arus informasi yang sangat melimpah dan beragam bentuknya. Oleh sebab itu, diperlukan ketelitian dan ketepatan dalam menerima serta menyampaikan kembali pesan, berita, atau informasi. Kemampuan untuk menyampaikan informasi secara benar menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh seorang komunikator, agar proses komunikasi tidak menimbulkan kesalahpahaman yang bisa berujung pada konflik atau dampak negatif, baik bagi individu maupun masyarakat luas.

Untuk menjamin keakuratan data dan fakta yang akan dibagikan kepada orang lain atau publik, komunikator perlu terlebih dahulu melakukan verifikasi secara mendalam. Langkah ini sangat penting, terutama karena masih banyak masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan, yang menganggap informasi dari tokoh masyarakat (opinion leader) sebagai kebenaran mutlak. Dalam Al-Qur'an,

prinsip kehati-hatian dalam menerima informasi ini dikenal dengan istilah *tabayun*, sebagaimana dijelaskan dalam Surah Al-Hujurat ayat 6.³⁰

c. Katakan yang Baik atau Diam

Ucapan yang baik adalah ucapan yang mempunyai nilai manfaat dan berkualitas. Untuk menghasilkan kualitas perkataan yang baik maka setiap muslim hendaknya memperhatikan beberapa prinsip berikut: *pertama*, pikirkan terlebih dahulu apa yang hendak dibicarakan, *kedua*, perhatikan siapa lawan bicara kita, *ketiga*, memahami waktu yang untuk berbicara dan berhenti, *keempat*, memiliki argumen yang kuat dan akurat terhadap pembicaraan yang ingin disampaikan, *kelima*, gunakan etika yang baik dalam menyampaikan ucapan tersebut, *keenam*, gunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.

Sebagai seorang muslim, dalam berkomunikasi kita harus mengetahui kapan harus berbicara dan kapan harus diam. Sikap diam dalam komunikasi sering kali dianggap sebagai tanda pasif atau tidak peduli, padahal dalam kondisi tertentu, diam justru bisa menjadi strategi komunikasi yang efektif. Ada empat situasi utama di mana sikap diam sangat diperlukan. *Pertama*, diam dapat digunakan untuk menghindari konfrontasi yang bisa memperburuk keadaan. Dalam situasi penuh emosi, memilih untuk tidak langsung merespons dapat membantu meredakan ketegangan. *Kedua*, ketika kata-kata sudah tidak lagi efektif untuk menyampaikan pesan atau mencapai pemahaman, diam menjadi cara untuk memberi jeda dan ruang berpikir. *Ketiga*, sikap diam bisa digunakan untuk menyusun taktik dan strategi. Dalam proses pengambilan keputusan atau

³⁰ Joko Susanto, "Etika Komunikasi Islami." *Jurnal WARAQAT* 1 (1), 2016, hlm. 1-24

menghadapi situasi sulit, diam memberikan waktu untuk merenung dan merancang langkah yang lebih tepat. *Keempat*, diam juga merupakan bentuk komunikasi nonverbal, di mana tindakan dan sikap dapat berbicara lebih kuat daripada kata-kata. Dalam hal ini, komunikasi tidak lagi dilakukan melalui ucapan, tetapi melalui perbuatan. Oleh karena itu, sikap diam bukanlah bentuk kelemahan, melainkan cara berkomunikasi yang penuh pertimbangan dan dapat digunakan secara bijak sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Al-Qur'an tidak membicarakan masalah komunikasi secara spesifik. Jika ditelaah lebih lanjut, banyak ayat yang memberikan gambaran umum tentang komunikasi. Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia untuk saling mempengaruhi satu sama lain dengan sengaja atau tidak sengaja.

1. *Qaulan Ma'rufan* (Perkataan yang Baik)

Istilah *qaulan ma'rufan* disebutkan sebanyak empat kali dalam Al-Qur'an, yaitu pada QS. Al-Baqarah ayat 235, QS. An-Nisa ayat 5 dan 8, serta QS. Al-Ahzab ayat 32. Ayat-ayat tersebut menekankan pentingnya berbicara dengan cara yang baik dan sopan, terutama saat berinteraksi dengan istri, perempuan, anak yatim, kerabat, atau ketika menyampaikan permintaan. Nilai-nilai ini tetap relevan hingga kini, yakni berbicara dengan kelembutan, menyenangkan hati lawan bicara, serta menjaga intonasi agar tidak menyinggung perasaan orang lain.

2. *Qaulan Sadida* (Perkataan yang Benar dan Tegas)

Kata *qaulan sadida* muncul dua kali dalam Al-Qur'an, yaitu pada QS. An-Nisa: 9 dan QS. Al-Ahzab: 70. Istilah ini menuntun kita untuk menyampaikan pesan secara jujur, adil, dan bijak, terutama ketika memberi wasiat atau berada

dalam situasi yang rawan fitnah. Komunikasi yang disarankan adalah yang lugas, benar, dan tidak direkayasa.

3. *Qaulan Baligha* (Perkataan yang Mengena)

Qaulan baligha hanya muncul satu kali dalam QS. An-Nisa: 63. Istilah ini digunakan dalam konteks komunikasi terhadap orang yang berbuat khianat atau dalam proses negosiasi. Perintahnya adalah menyampaikan pesan dengan kata-kata yang kuat, tegas, dan berkesan agar mampu mempengaruhi hati dan mengubah perilaku orang tersebut.

4. *Qaulan Karima* (Perkataan yang Mulia)

Kata *qaulan karima* terdapat dalam QS. Al-Isra': 23, yang mengajarkan bagaimana berbicara kepada orang tua. Etikanya adalah berbicara dengan penuh kelembutan, kesopanan, dan rasa hormat, mencerminkan penghargaan yang tinggi terhadap kedua orang tua.

5. *Qaulan Maysura* (Perkataan yang Mudah dan Menyenangkan)

Disebutkan dalam QS. Al-Isra': 28, *qaulan maysura* menekankan pentingnya berbicara dengan cara yang mudah dipahami dan menyenangkan ketika harus menolak permintaan orang lain, sehingga tidak menimbulkan rasa tersinggung atau sakit hati.

6. *Qaulan Layyinan* (Perkataan yang Lemah Lembut)

Disebut dalam QS. Thaha: 44, istilah ini muncul dalam konteks perintah Allah kepada Nabi Musa dan Harun saat berdakwah kepada Firaun. Meskipun

Firaun adalah penguasa yang zalim, perintahnya adalah untuk berbicara dengan lembut dan merendah agar hatinya tersentuh dan tidak merasa direndahkan.³¹

D. *Bullying*

1. Pengertian *Bullying*

Bullying adalah tindakan perundungan, pengucilan, intimidasi yang dilakukan seseorang kepada orang lain baik berupa verbal atau pun fisik. Perilaku ini dapat mencakup pelecehan verbal, kekerasan fisik atau pemaksaan, dan dapat diarahkan berulang kali terhadap korban tertentu, mungkin atas dasar ras, agama, gender, seksualitas, atau kemampuan. Tindakan tersebut bukan karena adanya suatu masalah sebelumnya, melainkan lahir dari sikap superioritas seseorang hingga seolah pelaku tersebut berhak dan memiliki untuk merendahkan korbannya.³²

Jika dilihat orientasi dari perilaku *bullying* yang mengarah pada suatu tindakan yang merendahkan orang lain, terdapat satu hadis yang secara spesifik menjelaskan tentang hal tersebut. Hadis tersebut terdapat dalam kitab Sunan Ibnu Majah dengan redaksi sebagai berikut:

سَعِيدٌ مَوْلَى حَدَّثَنَا يَعْقُوبُ بْنُ حُمَيْدٍ الْمَدَنِيُّ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ قَيْسٍ عَنْ أَبِي
وَسَلَّمَ قَالَ حَسْبُ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقَرَ أَخَاهُ بَنِي عَامِرٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ³³

³¹ Sukmaningtyas, A. N. I., Nurrohim, A., Amatullah, A., Az-Zahra, F. S., Jundy, A. M., Lovely, T., & Haqq, M. S. (2024). Etika komunikasi Al-Qur'an dan relevansinya dengan komunikasi di zaman modern. *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, 4(2), 556-576.

³² Windy Sartika Lestari, "Analisis Faktor-faktor Penyebab Bullying di Kalangan Peserta Didik: Social Science Education Journal," *Jurnal Sosio Didaktika* 3 (2), 2016, hal. 149

³³ https://carihadis.com/Sunan_Ibnu_Majah/4203

Telah menceritakan kepada kami Ya'qub bin Humaid Al Madani telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Daud bin Qais dari Abu Sa'id bekas budak 'Amir dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Cukuplah seseorang dikatakan telah berbuat jahat jika ia merendahkan saudaranya muslim."

Hadits ini memberikan dasar moral dan etis yang sangat kuat untuk melawan *bullying* dalam segala bentuknya. Islam mendorong umatnya untuk menjaga lisan, sikap, dan tulisannya agar tidak menyakiti atau merendahkan orang lain, baik secara langsung maupun melalui media. *Bullying* adalah tindakan yang tidak hanya melukai sesama, tetapi juga menjadi dosa dan kejahatan di sisi Allah. Jika dibudayakan, ajaran ini dapat menjadi solusi preventif terhadap maraknya kasus perundungan, terutama di kalangan remaja dan pengguna media sosial.

Menurut Besag, *bullying* merupakan bentuk penyerangan yang bisa bersifat fisik, psikologis, sosial, maupun verbal, yang dilakukan secara terus-menerus oleh individu atau kelompok yang memiliki kekuasaan terhadap mereka yang lemah, dengan tujuan untuk menimbulkan penderitaan demi kesenangan pribadi.

Tattum mendefinisikan *bullying* sebagai suatu perilaku yang dilakukan secara sadar dan disengaja dengan niat untuk menyakiti orang lain, serta menyebabkan tekanan emosional bagi korbannya.

Sementara itu, menurut Andrew Mellor, *bullying* adalah situasi di mana seseorang merasa dirugikan atau disakiti oleh tindakan orang lain dan merasa takut bahwa perlakuan negatif tersebut akan terjadi lagi, sementara korban merasa tidak memiliki kekuatan untuk menghentikannya.

Menurut Olweus, *bullying* adalah tindakan yang bersifat agresif dan dilakukan secara sengaja atau berulang-ulang oleh individu maupun kelompok

terhadap orang yang lebih lemah, yang umumnya tidak dapat membela dirinya sendiri, dan hal ini kerap menjadi bentuk penyalahgunaan kekuasaan.

Adapun Wicaksana menjelaskan bahwa bullying merupakan bentuk kekerasan fisik atau psikologis yang dilakukan dalam jangka panjang oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap individu yang tidak mampu membela diri, dengan maksud untuk menakut-nakuti, menyakiti, atau menekan korban.³⁴

Berdasarkan pengertian *bullying* di atas, dapat disimpulkan bahwa *bullying* adalah tindakan agresif yang dilakukan secara sadar, sengaja, dan berulang oleh seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kekuasaan atau kekuatan lebih terhadap individu yang lebih lemah. Tindakan ini bisa berupa kekerasan fisik, verbal, psikologis, maupun sosial, dengan tujuan untuk menyakiti, menakut-nakuti, menekan, atau memberikan penderitaan kepada korban. Korban bullying umumnya merasa tidak berdaya untuk melawan atau menghentikan perilaku tersebut, dan sering mengalami tekanan emosional yang berkelanjutan. *Bullying* merupakan bentuk penyalahgunaan kekuasaan dan dapat berdampak serius terhadap kesejahteraan mental dan sosial korban.

2. Bentuk-Bentuk *Bullying*

a. *Bullying* fisik

Bullying fisik melibatkan tindakan-tindakan langsung yang menyebabkan kekerasan fisik kepada korban. Contohnya termasuk menampar, menimpuk, menginjak kaki, menjegal, meludahi, memalak, melempar dengan barang, atau

³⁴ Alisa Putri Nurita Sari, dkk. "Bullying Di Indonesia," *Essay Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 2021.

bahkan menghukum dengan membuat korban berlari keliling lapangan atau melakukan push-up.

b. *Bullying* verbal

Bullying verbal merupakan jenis yang terdeteksi melalui indera pendengaran, dan melibatkan penggunaan kata-kata atau bahasa yang menyakitkan atau merendahkan martabat korban. Contohnya termasuk memaki, menghina, menjuluki, meneriaki, memalukan di depan umum, menuduh, menyebar gosip, dan menyebar fitnah.

c. *Bullying* mental atau psikologis

Bullying ini sering dianggap sebagai yang paling berbahaya karena seringkali tidak terdeteksi secara langsung oleh indera penglihatan atau pendengaran. Ini mencakup perilaku yang menyerang mental atau psikologis korban, seperti memandang sinis, melakukan teror melalui pesan atau SMS, mempermalukan, atau mencibir.

d. *Cyber bullying*

Cyber bullying adalah bentuk perundungan yang dilakukan melalui jaringan internet. Seiring dengan kemajuan zaman dan pesatnya perkembangan teknologi, semakin sering kita menjumpai komentar negatif, ancaman, atau ungkapan yang menyakitkan di media sosial maupun berbagai platform digital lainnya. Semua tindakan tersebut merupakan bagian dari praktik *cyber bullying*.

Setiap bentuk *bullying* memiliki dampak serius, baik secara fisik, emosional, maupun sosial. Dalam konteks modern, bentuk-bentuk ini juga bisa tumpang tindih dan diperkuat oleh teknologi digital, sehingga pemahaman dan

pencegahannya perlu dilakukan secara menyeluruh, baik oleh individu, keluarga, sekolah, maupun masyarakat luas.³⁵

3. Faktor-Faktor Terjadi *Bullying*

Menurut Tumon dan Usman faktor yang dapat mempengaruhi *Bullying* adalah:

a. Faktor keluarga

Dukungan keluarga memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan anak. Ketika anak menerima dukungan penuh dari keluarganya, ia akan merasa aman dan terlindungi. Lingkungan yang memberikan rasa aman tersebut akan mendorong anak untuk tumbuh dengan perilaku yang positif, memiliki rasa percaya diri, mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar, menghargai dirinya sendiri serta orang lain, dan mampu berpikir secara rasional.

Sebaliknya, kurangnya dukungan keluarga dapat berdampak negatif pada perkembangan anak. Anak yang tidak memperoleh perhatian dan bimbingan yang cukup dari keluarga akan kekurangan pemahaman mengenai perilaku yang baik. Ketika anak merasa diabaikan, tidak dianggap berharga, dan kurang disayangi, ia mungkin akan mencari perhatian dan kasih sayang dari luar rumah. Kondisi ini berpotensi mendorong anak untuk terlibat dalam perilaku menyimpang atau kenakalan remaja seperti suka merundung orang lain.³⁶

b. Faktor Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat

³⁵ Muhammad Nur, dkk. "Identifikasi Perilaku *Bullying* Di Sekolah (Sebuah Upaya Preventif)," *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah* 6 (3), 2022, hlm. 685-691

³⁶ Arief Budiman Dan Fitroh Asriyadi, *Perilaku *Bullying* Pada Remaja Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021), hlm. 12-21

berpengaruh dalam kehidupan seseorang. Menurut Taylor, rasa percaya diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimilikinya, baik dalam menunjukkan perilaku tertentu maupun dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Seseorang dengan tipe kepribadian pemalu atau pasif cenderung lebih rentan menjadi korban *bullying*. Anak-anak yang mengalami perundungan biasanya merasa takut, cemas, dan menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah dibandingkan mereka yang tidak menjadi korban.

Individu dengan kepercayaan diri yang rendah umumnya tidak memiliki tujuan yang jelas, sulit mengungkapkan pendapat, mudah merasa putus asa, kurang termotivasi, merasa canggung saat berinteraksi dengan orang lain, serta memiliki harapan yang tidak realistis dan sangat sensitif. Sebaliknya, seseorang yang memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap diri sendiri, yakin akan kemampuan yang dimiliki, dan memahami batas serta potensi dirinya dengan baik, sehingga kecil kemungkinan menjadi sasaran *bullying*.³⁷

c. Faktor Lingkungan

Salah satu aspek yang memengaruhi remaja atau siswa dalam melakukan tindakan kekerasan atau *bullying* adalah lingkungan, yang terbagi menjadi dua yaitu lingkungan sekolah dan pergaulan dengan teman sebaya. Kedua lingkungan ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seorang siswa. Bahkan, dalam kehidupan sehari-hari, para remaja sering kali lebih mengutamakan hubungan dengan teman dekat dibandingkan dengan orang tua mereka. Remaja juga

³⁷ *Ibid.*, hlm. 12-21

cenderung menghabiskan lebih banyak waktu bersama teman-temannya daripada bersama keluarga.

Perilaku *bullying* sering muncul karena pengaruh dari teman sebaya yang menyebarkan pandangan bahwa *bullying* bukanlah sesuatu yang serius, melainkan dianggap sebagai sesuatu yang lumrah dilakukan. Pada masa remaja, individu juga mulai menunjukkan keinginan untuk tidak terlalu bergantung pada keluarga dan cenderung mencari dukungan dari luar. Dengan demikian, pengaruh dari lingkungan pertemanan menjadi pemicu utama terjadinya perilaku *bullying*.

Beberapa penyebab seseorang terlibat dalam tindakan *bullying* antara lain adalah tekanan dari kelompok sosial atau teman sebaya. Salah satu bentuk tekanan tersebut adalah konformitas, yaitu suatu perubahan sikap atau perilaku seseorang agar lebih sesuai dengan norma kelompok. Konformitas dapat muncul dalam berbagai bentuk dan berpengaruh pada banyak aspek kehidupan seseorang.

Selain itu, media massa baik cetak maupun elektronik juga menjadi bagian penting dalam kehidupan yang dapat memengaruhi gaya hidup dan pola pikir seseorang. Dampaknya bisa bersifat positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana media tersebut dikonsumsi.³⁸

E. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis merupakan proses memecah suatu topik atau permasalahan ke dalam bagian-bagian yang lebih kecil, kemudian menelaah bagian-bagian tersebut serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pemahaman yang jelas dan

³⁸ Yunita Bulu, dkk. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku *Bullying* Pada Remaja Awal," *Nursing News* 4(1), 2019, hlm. 54-66

menyeluruh. Analisis juga dapat diartikan sebagai kegiatan menyelidiki suatu peristiwa (seperti tulisan, tindakan, dan sebagainya) guna mengetahui keadaan yang sebenarnya, termasuk penyebab dan duduk persoalannya.³⁹

Analisis isi adalah metode penelitian yang menitikberatkan pada telaah mendalam terhadap konten dari suatu informasi tertulis atau tercetak, khususnya yang dimuat dalam media massa. Pendekatan ini umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif. Tokoh pelopor dalam pengembangan analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang mengenalkan teknik *symbol coding*—yaitu pencatatan simbol atau pesan secara teratur dan pemberian makna terhadapnya.

Terdapat berbagai pengertian mengenai analisis isi. Secara umum, analisis isi mencakup segala bentuk kajian terhadap isi teks. Namun, dalam pengertian yang lebih sempit, istilah ini juga merujuk pada pendekatan analitis tertentu.

Menurut Holsti, analisis isi merupakan teknik yang digunakan untuk menarik kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik khusus dari suatu pesan secara objektif, sistematis, dan dapat digeneralisasikan.

- *Objektivitas* berarti analisis dilakukan berdasarkan prosedur tertentu yang, jika diterapkan oleh peneliti lain, akan menghasilkan hasil yang serupa.
- *Sistematis* menunjukkan bahwa proses pengkategorian dan analisis dilakukan berdasarkan aturan yang diterapkan secara konsisten, guna memastikan seleksi dan pengkodean data tidak bersifat bias.

³⁹ Intan, Kamaluddin, dan Gunawan Ikhtiono, “Analisis Konten Dakwah pada Website *Ahmadsastra.com*” *Komunikasi: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* 4 (1), 2020, hlm. 10-27

- *Generalisasi* berarti hasil temuan memiliki landasan teoritis dan dapat diterapkan secara lebih luas di luar konteks studi tersebut.⁴⁰

Analisis isi bisa diterapkan untuk mengkaji berbagai bentuk komunikasi, seperti surat kabar, siaran berita di radio, iklan televisi, serta berbagai jenis dokumen lainnya. Desain analisis isi bisa dikategorikan ke dalam tiga jenis penelitian komunikasi. Ketiga jenis ini bisa dijelaskan dengan menggunakan teori komunikasi dari Lasswell, yang merumuskan lima unsur komunikasi, yaitu: siapa (*who*), mengatakan apa (*says what*), kepada siapa (*to whom*), melalui saluran apa (*in what channel*), dan dengan pengaruh apa (*with what effect*).

Jenis-jenis penelitian ini bisa mencakup satu atau lebih dari unsur-unsur pertanyaan tersebut. Salah satu jenisnya adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan isi dari komunikasi. Dalam praktiknya, pendekatan ini sering dilakukan dengan cara membandingkan isi komunikasi. Beberapa bentuk perbandingan yang bisa dilakukan meliputi:

1. Membandingkan isi pesan dari dokumen yang sama di waktu yang berbeda. Tujuannya untuk melihat perubahan atau kecenderungan isi komunikasi dari waktu ke waktu.
2. Membandingkan isi pesan dari satu sumber dalam situasi yang berbeda. Ini berguna untuk meneliti pengaruh situasi terhadap isi pesan yang disampaikan.

⁴⁰ A.M. Irfan Taufan Asfar, "Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)" no. Januari 2019, hlm. 1-13

3. Membandingkan isi pesan dari satu sumber kepada audiens yang berbeda.
Di sini, penelitian fokus pada bagaimana karakteristik audiens bisa memengaruhi isi dan gaya komunikasi.
4. Membandingkan isi pesan antar dokumen berdasarkan waktu, situasi, atau audiens yang berbeda. Ini biasanya dilakukan untuk melihat hubungan antara dua variabel dalam satu atau beberapa dokumen, dan dikenal dengan istilah kontingensi (*contingency*).
5. Menguji hipotesis tentang perbedaan isi pesan dari dua sumber yang berbeda. Fokusnya adalah melihat perbedaan antar komunikator dalam menyampaikan pesan.⁴¹

2. Pendekatan Analisis Isi

Menentukan tujuan penelitian merupakan langkah krusial dalam menyusun desain analisis isi. Tanpa tujuan yang jelas, desain penelitian tidak dapat dibangun secara tepat. Sebab, pada dasarnya desain riset adalah kerangka yang disusun untuk menjawab tujuan penelitian tersebut.

Tujuan penelitian akan menentukan bentuk dan arah analisis isi. Misalnya, penelitian yang hanya bertujuan untuk menggambarkan isi pesan tentu akan memiliki pendekatan yang berbeda dari penelitian yang ingin menguji hubungan antar variabel.

Berdasarkan pendekatannya, analisis isi dapat dibagi menjadi tiga jenis:

1. Analisis Isi Deskriptif

⁴¹ Novendawati Wahyu Sitasari, "Mengenal Analisa Konten dan Analisa Tematik dalam Penelitian Kualitatif" *Forum Ilmiah* 19 (1), 2022, hlm. 77-84

Analisis ini berfokus pada menggambarkan secara rinci isi atau teks komunikasi. Tujuannya bukan untuk menguji hipotesis atau menjelaskan hubungan antar variabel, tetapi semata-mata untuk memberikan gambaran tentang karakteristik atau unsur-unsur dalam suatu pesan komunikasi. Contohnya: Menggambarkan bagaimana media menampilkan tokoh politik tertentu dalam suatu periode.

2. Analisis Isi Eksplanatif

Jenis ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan mencari hubungan antara variabel-variabel dalam isi komunikasi. Dalam analisis ini, isi pesan tidak hanya digambarkan, tetapi dianalisis lebih dalam untuk mengetahui pola, hubungan sebab-akibat, atau perbedaan berdasarkan variabel tertentu.

Analisis eksplanatif terbagi menjadi dua bentuk:

- Pertama, menguji hubungan antara dua atau lebih variabel dalam isi komunikasi.

Contoh: Apakah ada hubungan antara jenis media dan cara pemberitaan isu lingkungan?

- Kedua, menguji perbedaan isi pesan berdasarkan variabel seperti sumber pesan (komunikator), waktu, atau konteks tertentu.

Contoh: Apakah ada perbedaan pemberitaan tentang konflik sosial antara media lokal dan media nasional.

3. Analisis Isi Prediktif

Analisis ini digunakan untuk memprediksi variabel lain berdasarkan isi komunikasi yang dianalisis. Tujuannya bukan hanya menjelaskan isi pesan, tetapi

juga memperkirakan dampaknya di luar teks yang diteliti. Untuk melakukan analisis ini secara menyeluruh, peneliti biasanya harus menggabungkannya dengan metode penelitian lain seperti survei atau eksperimen.

Contohnya: Berdasarkan isi iklan yang diteliti, peneliti ingin memprediksi bagaimana persepsi konsumen terhadap produk tersebut.⁴²



⁴² Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenamedia Group, 2011, hlm. 47-49

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penulis untuk memahami secara mendalam fenomena yang dialami oleh subjek, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk mengkaji suatu peristiwa secara holistik dalam konteks alami, serta menggambarkan secara deskriptif melalui kata-kata dan bahasa, dengan memanfaatkan berbagai teknik alami sebagai instrumen utama pengumpulan data.

Analisis isi deskriptif merupakan pendekatan analisis yang bertujuan utama untuk menggambarkan secara rinci isi suatu pesan atau teks tertentu. Fokus dari metode ini bukanlah untuk menguji hipotesis ataupun mengukur hubungan antarvariabel, melainkan semata-mata untuk menyajikan deskripsi yang mendalam mengenai karakteristik pesan tersebut. Dengan kata lain, analisis isi deskriptif digunakan sebagai alat untuk memetakan dan menampilkan aspek-aspek yang melekat dalam suatu teks seperti tema, gaya bahasa, struktur, atau makna yang tersirat agar pembaca atau peneliti dapat memahami isi secara lebih jelas dan sistematis.

Dalam praktiknya, analisis isi deskriptif sering dimanfaatkan untuk menelaah dokumen, karya sastra, berita, iklan, maupun bentuk komunikasi lainnya. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha menyingkap detail-detail penting yang mungkin terlewat jika hanya dibaca sekilas, sehingga hasil analisis

dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pesan yang terkandung di dalam teks.⁴³

Penelitian ini juga menggunakan teori etika komunikasi Islam sebagai landasan utama dalam menganalisis fenomena bullying di media sosial. Teori ini menekankan prinsip-prinsip komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an dan hadis, seperti qaulan sadidan, qaulan ma'rufan, dan qaulan layyinan. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh teori etika komunikasi yang menekankan tanggung jawab moral dalam proses penyampaian pesan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah video-video TikTok cutbul yang beredar luas di media sosial, khususnya yang menampilkan indikasi perilaku *bullying* baik secara langsung maupun tidak langsung. Video Cutbul yang umumnya menampilkan adegan lucu ini dipilih karena sering kali disisipkan narasi, komentar, atau adegan yang mengandung unsur perundungan, baik terhadap manusia (pemilik/pengguna), maupun dalam bentuk respons dari audiens.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah isi pesan komunikasi yang terdapat dalam video-video TikTok @cutbul, khususnya yang memuat unsur atau indikasi tindakan *bullying*. Objek ini mencakup berbagai elemen dalam video, seperti adegan visual, narasi atau caption yang menyertai video, ekspresi yang ditampilkan, serta respons dari pengguna lain dalam bentuk komentar atau

⁴³ Munirah, Fajriyah. "Analisis Isi Deskriptif Rubrik "Xp Re Si" Harian Kaltim Post Periode Maret-April 2013." *EJurnal Ilmu Komunikasi* 3.1 (2015): 186-197.

interaksi digital lainnya. Penelitian ini tidak hanya melihat konten secara permukaan sebagai hiburan, tetapi menggali lebih dalam makna dan pesan tersembunyi yang mungkin mengandung unsur perundungan, baik terhadap individu (melalui ejekan atau sindiran), maupun terhadap kelompok tertentu.

Dengan menggunakan pendekatan analisis isi, objek ini dianalisis untuk mengetahui bagaimana praktik *bullying* bisa muncul dalam bentuk-bentuk yang tidak selalu eksplisit namun tetap berdampak, terutama dalam ruang digital seperti TikTok. Objek penelitian ini menjadi penting karena dapat mencerminkan bagaimana budaya digital dan algoritma media sosial turut membentuk persepsi publik terhadap perilaku yang mungkin dianggap biasa atau lucu, padahal berpotensi mengandung unsur perundungan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode dokumentasi dan observasi, terkait data dokumentasi dihimpun dari berbagai informasi berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, video, media sosial, opini, dan sejenisnya. Pada penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan cara meneliti, mengkaji, serta mengelompokkan literatur-literatur yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian.

Sementara pengumpulan data melalui observasi dengan cara menonton dan mengamati video-video yang terdapat dalam akun tiktok @Cutbul secara cermat. Melalui pengamatan tersebut, penulis menganalisis bagaimana bentuk-bentuk *bullying* direpresentasikan, baik secara visual, verbal, maupun melalui interaksi di kolom komentar. Dengan pendekatan analisis isi, penulis menggali makna dan

pesan tersembunyi dalam konten, serta menelaah bagaimana praktik *bullying* dapat muncul dan tersebar di balik kemasan hiburan. Tujuannya adalah untuk memahami dinamika komunikasi di media sosial yang secara tidak disadari dapat menormalisasi atau bahkan memicu tindakan perundungan, terutama dalam konteks budaya digital yang sangat cepat menyebarkan informasi.

Video yang dikumpulkan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti jumlah penonton, penggunaan tagar (#cutbul), serta periode waktu unggahan untuk memastikan kesesuaian dengan fokus penelitian. Setiap video kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi isi pesan yang disampaikan, ekspresi, musik latar, serta respons audiens seperti jumlah like, komentar, dan nada interaksi. Dengan menggunakan pendekatan analisis isi, data dikaji secara sistematis guna memahami bagaimana konten cutbul di TikTok memunculkan fenomena *bullying* serta sejauh mana konten tersebut memengaruhi keterlibatan pengguna.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis isi dalam penelitian ini digunakan untuk menelaah secara sistematis isi pesan yang terdapat dalam video-video TikTok cutbul. Analisis isi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menafsirkan makna-makna tertentu yang terkandung dalam konten, baik secara tersurat (apa yang tampak secara langsung) maupun tersirat (makna tersembunyi atau simbolik). Dalam konteks ini, teknik analisis isi bertujuan untuk menemukan indikasi *bullying* yang mungkin muncul dalam bentuk verbal (kata-kata dalam caption atau komentar).

Langkah-langkah dalam teknik ini dimulai dengan mengumpulkan sampel video berdasarkan kriteria tertentu, misalnya video yang menggunakan tagar #cutbul, memiliki interaksi tinggi (like, komentar), atau menunjukkan tindakan yang mencurigakan sebagai perundungan. Setelah itu, peneliti melakukan *koding*, yaitu proses mengelompokkan elemen-elemen dalam video ke dalam kategori analisis, seperti jenis tindakan (misalnya: ejekan, kekerasan ringan, sindiran), objek yang menjadi sasaran (manusia atau hewan), serta respons pengguna (positif, negatif, netral).

Analisis dilakukan secara objektif dan sistematis dengan menerapkan kategori yang konsisten agar hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Selain itu, dalam analisis ini juga digunakan pendekatan interpretatif, khususnya untuk menafsirkan makna simbolik atau konteks sosial dari pesan yang disampaikan. Teknik ini memungkinkan penulis untuk tidak hanya menggambarkan isi komunikasi, tetapi juga memahami bagaimana fenomena *bullying* bisa dibentuk, dinormalisasi, atau bahkan disebarluaskan melalui media sosial seperti TikTok, yang pada akhirnya akan dianalisis melalui perspektif etika komunikasi Islam.

BAB IV

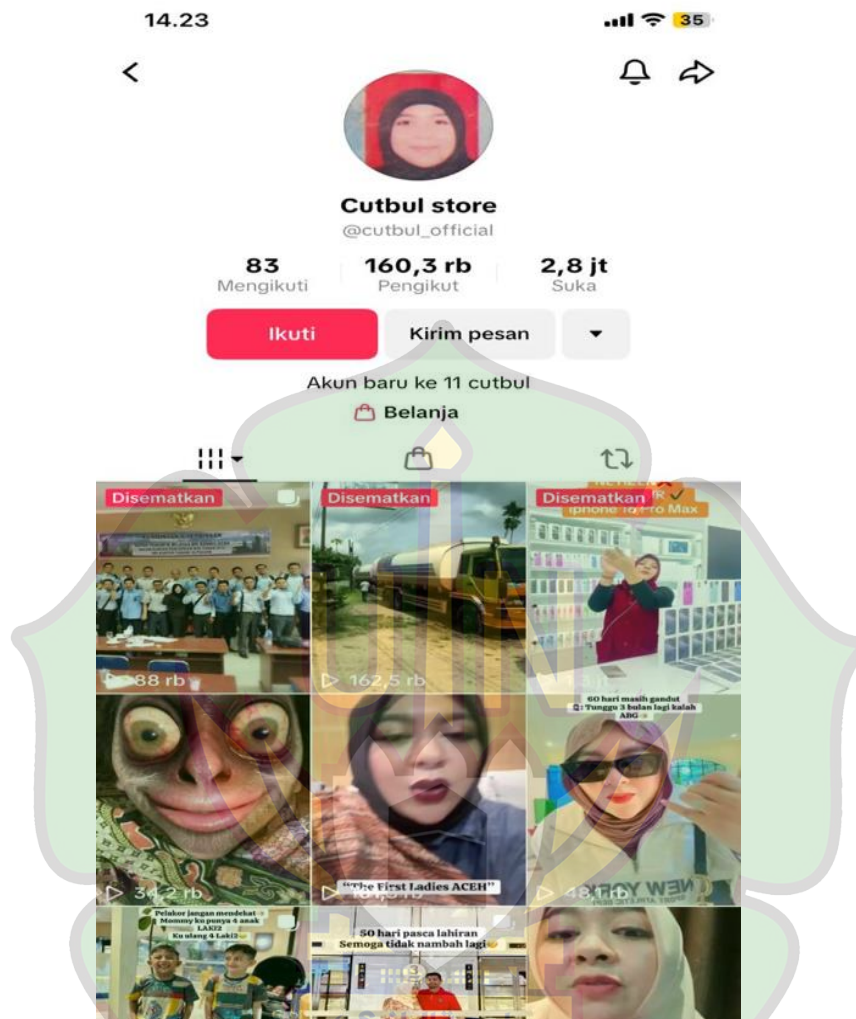
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun TikTok Cutbul

Cut Wahyuni Rosita, yang lebih dikenal dengan nama Cutbul, merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus publik figur di media sosial yang aktif membagikan aktivitas keseharian melalui platform Instagram dan TikTok. Cutbul, perempuan asal Aceh Utara ini memiliki gaya komunikasi yang dikenal terbuka, lugas, dan apa adanya, sehingga mampu menarik perhatian masyarakat, khususnya kalangan ibu-ibu di Aceh yang merasa gaya komunikasinya cukup *relatable* dengan kehidupan sehari-hari.

Sebagai seorang selebgram TikTok, Cutbul sering kali mengangkat isu-isu sosial yang sedang hangat diperbincangkan. Hal ini membuat interaksi pada akun media sosialnya cenderung dinamis dan terkadang memicu perbedaan pendapat di antara para pengikutnya. Dalam konteks ini, akun Cutbul tidak jarang menjadi ruang terjadinya fenomena *bullying*, baik berupa komentar negatif, hujatan, maupun serangan verbal yang dilakukan oleh warganet dengan beragam latar belakang. Selain memproduksi konten bertema keseharian, Cutbul juga memanfaatkan popularitasnya untuk kegiatan endorsement berbagai produk, yang semakin memperluas jangkauan audiensnya.

Cutbul pernah terlibat dalam sebuah kasus hukum, namun ia menunjukkan sikap kooperatif dalam menjalani seluruh proses hukum hingga perkara tersebut selesai. Hingga tanggal 3 Juli 2025, akun TikTok Cutbul telah berhasil mengumpulkan 160,3 ribu pengikut dan 2,8 juta likes, angka yang menunjukkan besarnya perhatian publik terhadap dirinya.



Gambar 4.1 Profil TikTok @Cutbul
 Sumber: TikTok akun @Cutbul_Official

Konten yang di upload oleh Cutbul memang bermacam ragam seperti hiburan, lifestyle, isu-isu yang sedang viral dan sebagainya. Di sini penulis memilih konten secara acak yang *di upload* oleh Cutbul berdasarkan *views* atau *likes* terbanyak. Setelah melakukan riset terhadap konten-konten Cutbul, penulis mengambil 5 konten yang *di upload* oleh Cutbul pada tahun 2025.

Adapun 5 konten tersebut adalah:

1. Konten Endorsement



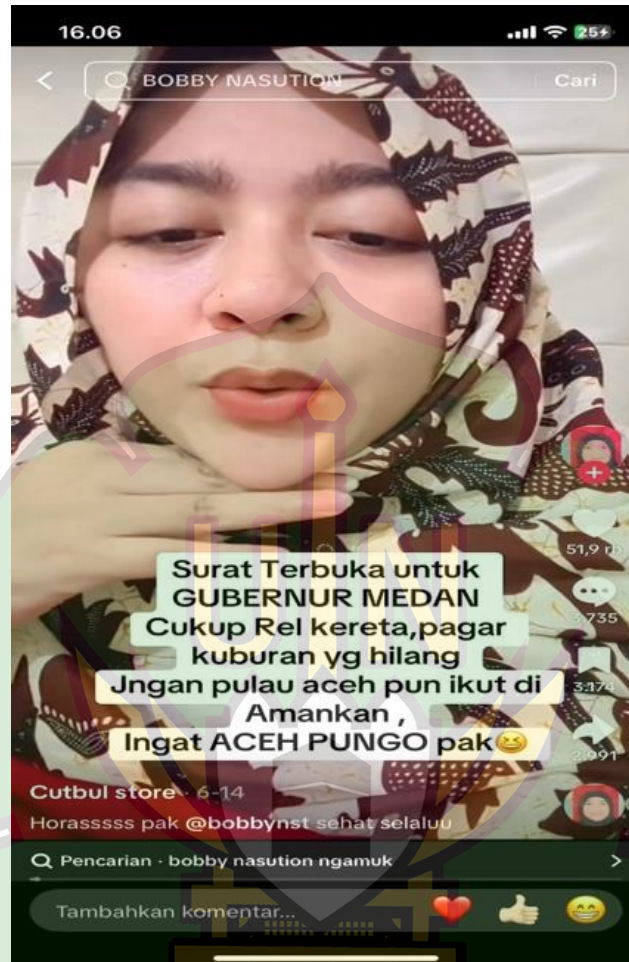
4.2 Konten TikTok Cutbul

Sumber: *TikTok Akun @Cutbul_official*

AR - RANIRY

Keterangan: Cutbul membantu mempromosikan Pobi Store Indonesia kepada para pengikutnya sebagai toko gadget terpercaya yang menyediakan produk asli dengan harga kompetitif dan layanan yang memuaskan.

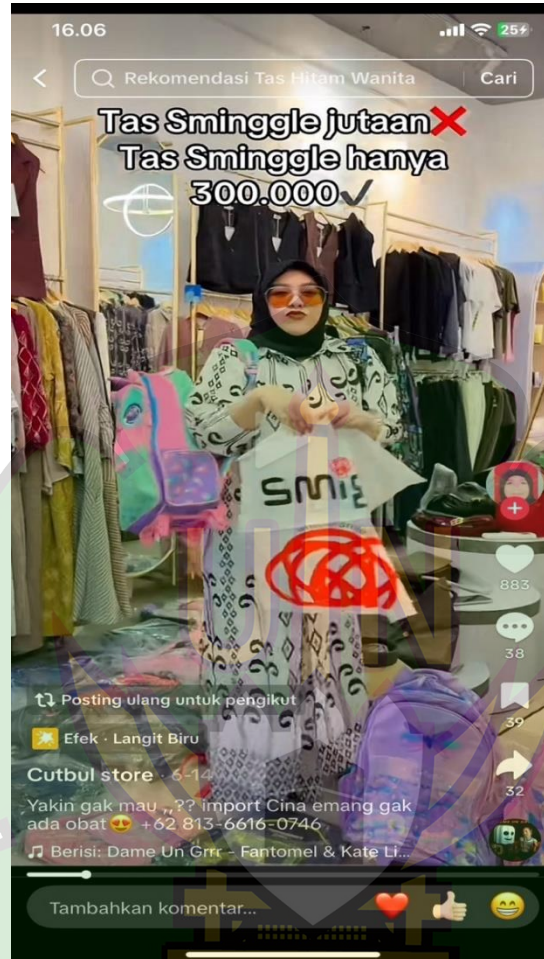
2. Konten Viral Tentang Perebutan 4 pulau Aceh oleh Sumatera Utara



4.3 Konten TikTok Cutbul
Sumber: TikTok Akun @Cutbul_Official

Keterangan: Cutbul menyuarakan dan berkomentar tentang perebutan 4 pulau yang ada di Aceh. Dalam video tersebut, Cutbul menyatakan “jangan merusak perdamaian Aceh dan Sumut pak Bobby, udah cukup rel kereta, pagar kuburan yang hilang di Medan, jangan sampai pulau Aceh pun ikut hilang.”

3. Konten Jualan Cutbul



4.4 Konten TikTok Cutbul
 Sumber: TikTok Akun @Cutbul_Official

Keterangan: Tak hanya menerima *endorsement*, Cutbul juga memiliki usaha sampingan sendiri, yaitu menjual barang-barang import Cina.

4. Konten Hiburan



4.5 Konten TikTok Cutbul

Sumber: TikTok Akun @Cutbul_Official

Keterangan: Cutbul membuat konten *velocity* bersama teman-temannya.

5. Konten Keseharian



4.6 Konten TikTok Cutbul

Sumber: TikTok Akun @Cutbul_Official

Keterangan: Cutbul liburan bersama anak-anak dan keluarga besarnya ke Lhok Buloh, Aceh Utara.

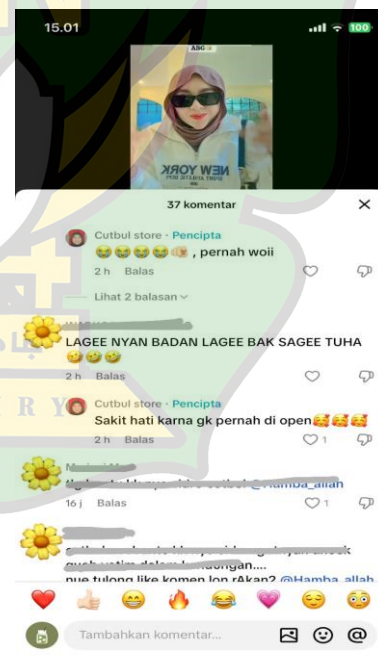
B. Jenis *Bullying* di Akun TikTok @Cutbul

Seperti yang dijelaskan pada bab dua di atas, ada berbagai macam bentuk dan jenis *bullying* yang dapat terjadi. Namun, *bullying* yang biasanya terjadi di media sosial termasuk kepada *cyber bullying*. Fenomena *bullying* yang terjadi di akun TikTok @Cutbul juga memiliki berbagai bentuk dan jenis yang dapat diamati melalui komentar, interaksi antar pengguna, serta pola komunikasi warganet. Di antaranya:



4.7 Komentar TikTok Cutbul

Sumber: TikTok @Cutbul_Official



4.8 Komentar TikTok Cutbul

Sumber: TikTok @Cutbul_Official



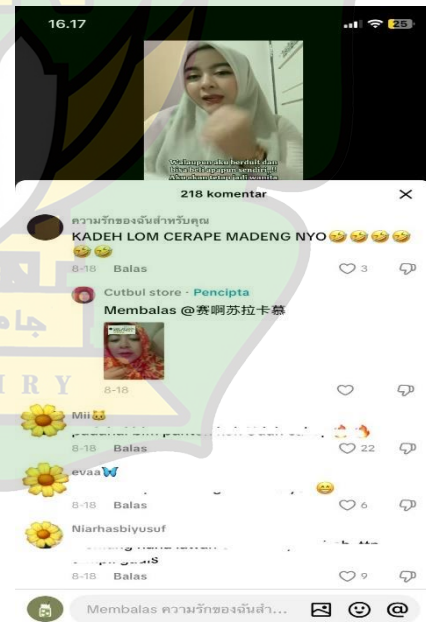
4.9 Komentar TikTok Cutbul
Sumber: TikTok @Cutbul_Official



4.10 Konten Tiktok Cutbul
Sumber: TikTok @Cutbul_Official



4.11 Komentar TikTok Cutbul
Sumber: TikTok @Cutbul_Official



4.12 Komentar TikTok Cutbul
Sumber: TikTok @Cutbul_Official

Berdasarkan gambar komentar warganet di atas, dapat diketahui bahwa bentuk dan jenis *bullying* yang muncul di akun TikTok @Cutbul sangat beragam. Beberapa komentar terlihat mengandung hujatan langsung seperti kata-kata kasar

dan makian, misalnya “*Cuba babah Cutbul hana hajam* (coba mulut Cutbul tidak kasar)” atau “*Kiban abah ureung mume* (kek mana mulut orang hamil)”. Komentar semacam ini termasuk dalam kategori verbal abuse karena berisi penghinaan secara terbuka.

Selain itu, terdapat pula komentar yang bersifat *body shaming*, contohnya “*Lagee nyan badan, lagee bak sage tuha* (badannya kayak pohon sagu udah tua)”. Komentar ini merendahkan fisik Cutbul dan tidak berhubungan dengan substansi konten, sehingga termasuk bentuk pelecehan personal.

Adapun beberapa komentar lain mengandung fitnah atau tuduhan tanpa bukti, misalnya “*Hanjeut aman nanggroe, cit Cutbul nyoe tukang kompor* (Gak akan negeri, memang Cutbul tukang kompor)” atau seperti “*Nyan aci uroh siat Cutbul, bek baronyan cangklak that beu jeut m**** keu gubernur* (itu coba di urus dulu Cutbul, jangan kemarin sibuk kali biar m**** bisa jadi gubernur.” Tuduhan seperti ini menunjukkan bahwa *bullying* di akun @Cutbul tidak hanya terjadi secara terang-terangan, tetapi juga melalui penyebaran informasi yang belum tentu benar, yang dapat mencemarkan nama baik.

Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *bullying* yang dialami Cutbul di TikTok tidak terbatas pada satu bentuk saja, melainkan muncul dalam berbagai jenis seperti verbal abuse, *body shaming*, fitnah, serta sarkasme. Variasi bentuk ini menunjukkan bagaimana ruang digital dapat menjadi tempat warganet mengekspresikan kebencian secara bebas, bahkan tanpa mempertimbangkan dampaknya bagi target *bullying*.

Berdasarkan hasil analisis terhadap komentar warganet pada akun TikTok

@Cutbul, ditemukan adanya berbagai bentuk dan jenis *bullying* yang muncul dalam interaksi digital. *Bullying* tersebut tidak hanya disampaikan secara langsung, tetapi juga hadir dalam bentuk terselubung yang menunjukkan kompleksitas perilaku perundungan di media sosial. Di antara bentuk dan jenis *bullying* pada akun tiktok @Cutbul:

Jenis-Jenis *Bullying* pada Akun TikTok @Cutbul

1. *Bullying* Verbal

Bullying verbal merupakan jenis *bullying* yang paling dominan dalam kolom komentar akun TikTok @Cutbul. Jenis ini ditandai dengan penggunaan kata-kata kasar, makian, penghinaan, dan hujatan langsung kepada Cutbul, seperti komentar yang menyinggung cara berbicara dan mulut Cutbul. *Bullying* verbal dilakukan secara terbuka dan bertujuan merendahkan martabat korban.

2. *Body Shaming* (*Bullying* terhadap Fisik)

Jenis *bullying* ini berfokus pada penyerangan terhadap kondisi fisik atau penampilan seseorang. Komentar yang membandingkan tubuh Cutbul dengan objek tertentu termasuk dalam *body shaming* karena merendahkan fisik korban dan tidak berkaitan dengan isi konten yang disampaikan.

3. *Bullying* Berbasis Fitnah (Defamation)

Jenis *bullying* ini muncul dalam bentuk tuduhan atau pernyataan negatif tanpa disertai bukti yang jelas, seperti tuduhan sebagai “tukang kompor” atau keterlibatan politik tertentu. *Bullying* jenis ini berpotensi mencemarkan nama baik dan memengaruhi persepsi publik terhadap korban.

4. *Bullying* Tidak Langsung (Sarkasme dan Sindiran)

Selain serangan langsung, terdapat pula *bullying* tidak langsung yang disampaikan melalui sindiran, ejekan halus, atau sarkasme. Meskipun tidak selalu menggunakan kata-kata kasar, jenis *bullying* ini tetap mengandung unsur merendahkan dan memperkuat suasana negatif di ruang komentar.

C. Bentuk-Bentuk *Bullying* pada Akun TikTok @Cutbul :

1. Hujatan dan Makian Langsung

Bentuk *bullying* ini muncul melalui komentar yang secara terang-terangan menggunakan kata-kata kasar, menghina, dan merendahkan Cutbul. Komentar semacam ini disampaikan tanpa upaya penyamaran dan ditujukan langsung kepada individu, sehingga mudah dikenali sebagai tindakan perundungan.

2. Pelecehan terhadap Fisik (Body Shaming)

Bullying juga muncul dalam bentuk komentar yang menyerang kondisi fisik atau penampilan Cutbul. Komentar ini biasanya berupa perbandingan fisik dengan objek tertentu atau ungkapan merendahkan yang tidak berkaitan dengan isi konten, sehingga menempatkan korban sebagai objek ejekan.

3. Tuduhan dan Pelabelan Negatif

Bentuk *bullying* lainnya adalah pemberian label negatif dan tuduhan tertentu kepada Cutbul, seperti menyebutnya sebagai “tukang kompor” atau mengaitkannya dengan kepentingan politik tertentu. Tuduhan ini disampaikan tanpa bukti yang jelas dan berpotensi mencemarkan nama baik.

4. Sindiran dan Sarkasme

Bullying tidak selalu disampaikan secara langsung, tetapi juga hadir dalam

bentuk sindiran, ejekan halus, atau sarkasme. Bentuk ini cenderung menggunakan bahasa tidak frontal, namun tetap bermuatan merendahkan dan menyudutkan korban.

D. Faktor-Faktor *Bullying* di Akun TikTok Cutbul

Fenomena *bullying* di akun TikTok @Cutbul menjadi contoh bagaimana interaksi di ruang digital dapat berkembang menjadi perilaku yang merugikan secara psikologis maupun sosial. Faktor internal yang berasal dari gaya komunikasi Cutbul memang tidak dapat diabaikan. Sebagai seorang publik figur yang terkenal dengan gaya bicara apa adanya, ceplas-ceplos, dan lugas, Cutbul sering kali mengekspresikan pendapatnya terhadap isu-isu sosial yang sedang viral. Gaya komunikasi ini memang memiliki sisi positif, karena membuatnya terkesan jujur dan dekat dengan keseharian masyarakat, terutama kalangan ibu-ibu di Aceh. Namun, di sisi lain, cara penyampaian yang terlalu blak-blakan kadang menimbulkan penafsiran ganda yang dapat memancing pro dan kontra di kalangan warganet. Hal ini menjadi celah munculnya komentar bernada sinis, sarkas, hingga hujatan langsung di kolom komentar kontennya.

Selain itu, faktor eksternal dari *audiens* juga berperan besar dalam memicu terjadinya *bullying*. Literasi digital masyarakat Indonesia, khususnya di platform seperti TikTok, masih tergolong rendah. Banyak pengguna belum memiliki pemahaman memadai tentang etika berkomunikasi di media sosial, sehingga komentar bernada kebencian sering dianggap hal yang wajar atau bahkan dianggap sebagai hiburan. Anonimitas yang disediakan TikTok memungkinkan pengguna membuat akun palsu atau anonim, sehingga memudahkan mereka untuk

melontarkan kata-kata kasar tanpa rasa takut akan konsekuensi hukum maupun sosial. Tidak jarang muncul akun-akun palsu yang sengaja diciptakan hanya untuk memberikan komentar provokatif, fitnah, atau memancing perdebatan.

Fenomena *herd mentality* juga turut memperkuat pola *bullying* di akun Cutbul. Ketika seseorang memulai komentar bernada negatif, pengguna lain sering kali terbawa arus untuk ikut serta menimpali, bahkan dengan kata-kata yang lebih tajam. Budaya “seru-seruan” di kolom komentar kerap menjadikan tindakan merundung sebagai candaan kolektif. Sikap ini menunjukkan bahwa *bullying* di ruang digital sering kali terjadi bukan semata-mata karena kebencian personal, tetapi juga karena dorongan kelompok untuk menunjukkan eksistensi di ruang publik daring.

Di samping itu, terdapat faktor kontekstual berupa riwayat kasus hukum yang pernah melibatkan Cutbul. Meski proses hukum tersebut telah selesai dan Cutbul bersikap kooperatif selama proses berlangsung, sebagian warganet masih menjadikan peristiwa itu sebagai bahan ejekan atau fitnah. Komentar bernuansa fitnah sering muncul, misalnya dengan tuduhan bahwa Cutbul tidak layak dipercaya, atau bahwa endorsement yang ia jalankan tidak amanah. Hal ini menunjukkan bahwa jejak digital dan peristiwa masa lalu sering kali menjadi ‘senjata’ untuk memperpanjang siklus *bullying* terhadap publik figur atau sesama warganet.

Faktor lain yang juga dapat diamati adalah adanya sentimen pribadi atau persaingan antarkelompok. Sebagai konten kreator yang aktif melakukan endorsement produk, Cutbul tentu memiliki posisi strategis yang dapat

menimbulkan persaingan tidak sehat. Sebagian pihak yang memiliki kepentingan bisnis serupa atau tidak menyukai keberadaan Cutbul dapat memanfaatkan ruang komentar untuk menjatuhkan reputasinya. Perilaku ini juga didorong oleh kurangnya penegakan norma etika komunikasi di ruang digital, sehingga warganet merasa bebas melakukan serangan secara terbuka.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa fenomena *bullying* di akun TikTok @Cutbul terjadi karena adanya interaksi kompleks antara karakteristik komunikator, perilaku audiens, dan konteks sosial yang melingkupi aktivitas Cutbul sebagai figur publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa di era digital, ruang interaksi virtual tidak sepenuhnya menjadi sarana membangun komunikasi positif, tetapi juga dapat menjadi medium reproduksi ujaran kebencian yang berulang. Oleh karena itu, perlunya literasi digital, kesadaran etika komunikasi, dan kontrol diri dalam bermedia sosial menjadi semakin penting agar praktik *bullying* serupa dapat diminimalkan.

Dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di era digital saat ini, komentar negatif dan bernada *bullying* sangat mudah ditemukan, baik dalam percakapan langsung maupun di media sosial. Analisis yang dilakukan terhadap lima contoh komentar dalam tabel menunjukkan bahwa *bullying* verbal dan fisik masih menjadi persoalan nyata yang sering terjadi tanpa disadari oleh pelaku.

Banyak dari komentar tersebut mengandung fitnah, sindiran, hinaan fisik, serta kata-kata kasar yang jelas-jelas bertentangan dengan nilai-nilai komunikasi dalam Islam. Islam sendiri telah mengajarkan prinsip-prinsip komunikasi yang sangat luhur, yang dikenal dengan istilah *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Karima*,

Qaulan Ma'rufa, *Qaulan Layyina*, dan *Qaulan Baligha*. Kelima prinsip ini menuntun kita untuk berbicara dengan kejujuran, kelembutan, kebaikan, dan kesopanan.

Sebagai refleksi pribadi, saya menyadari bahwa menjaga lisan dan tulisan adalah tanggung jawab besar setiap Muslim. Komunikasi bukan hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga tentang bagaimana menjaga perasaan dan martabat orang lain. Dengan menghindari *bullying* dalam bentuk apapun, kita tidak hanya menjalankan ajaran Islam, tetapi juga membantu menciptakan lingkungan sosial yang sehat, damai, dan penuh saling menghargai.

Dari uraian tentang faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya *bullying* di akun TikTok @Cutbul, dapat dilihat bahwa perilaku merundung yang muncul di ruang digital ini secara jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip Etika Komunikasi Islam. Dalam ajaran Islam, komunikasi bukan hanya sekadar proses menyampaikan pesan, tetapi juga harus dilakukan dengan adab dan tanggung jawab moral. Salah satu nilai penting adalah tabayyun, yaitu prinsip untuk memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Sayangnya, banyak komentar negatif di akun Cutbul yang berisi tuduhan dan fitnah tanpa bukti jelas, yang berarti para pelakunya telah mengabaikan kewajiban tabayyun.

Selain itu, Etika Komunikasi Islam juga menekankan pentingnya berprasangka baik (*husnuzan*) dan menghindari buruk sangka (*suuzan*) terhadap orang lain. Fenomena *bullying* yang didorong oleh faktor *herd mentality* menunjukkan bagaimana warganet lebih memilih mempercayai asumsi negatif yang belum terkonfirmasi, bahkan menambah narasi kebencian tanpa melakukan

klarifikasi. Sikap ini tidak hanya merugikan korban, tetapi juga menyalahi perintah Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 12, yang melarang umat Muslim untuk saling berprasangka buruk dan mencari-cari kesalahan orang lain.

Dalam konteks penggunaan kata-kata, Islam juga mengajarkan pentingnya menjaga lisan dengan *qaulan sadidan* (perkataan yang benar) dan *qaulan kariman* (perkataan yang mulia). Komentar bernada hujatan, sarkasme, dan makian jelas tidak sesuai dengan nilai *qaulan sadidan*, karena bukan hanya tidak benar, tetapi juga menyakiti perasaan orang lain. Hal ini menunjukkan lemahnya pengendalian diri sebagian warganet dalam menggunakan kebebasan berpendapat di ruang digital.

Selain itu, fenomena *bullying* ini juga bertentangan dengan prinsip ukhuwah Islamiyah (persaudaraan dalam Islam). *Bullying*, dalam bentuk apa pun, berpotensi merusak hubungan baik, menumbuhkan kebencian, dan memicu konflik yang berlarut-larut. Padahal, menjaga ukhuwah merupakan salah satu kewajiban setiap Muslim, sebagaimana ditegaskan dalam banyak ayat Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW. Maka dari itu, perilaku *bullying* di akun TikTok @Cutbul menjadi bukti bahwa penguatan literasi etika komunikasi Islam di era digital perlu lebih diutamakan agar ruang media sosial dapat menjadi sarana saling menasihati dalam kebaikan, bukan ajang menyebarkan kebencian.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, penulis melihat bahwa fenomena *bullying* di akun TikTok @Cutbul muncul dalam beragam bentuk, mulai dari hujatan

langsung (verbal abuse), body shaming, fitnah, hingga sindiran sarkastik. Bentuk-bentuk *bullying* tersebut tidak muncul tanpa sebab, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling terkait. Dari sisi internal, gaya komunikasi Cutbul yang lugas dan ceplas-ceplos sering kali memicu reaksi beragam, terutama ketika menyentuh isu-isu sensitif yang menimbulkan perbedaan pendapat di kalangan warganet. Sementara itu, faktor eksternal yang dominan berasal dari rendahnya literasi digital, kuatnya budaya ikut-ikutan di ruang komentar, serta anonimitas yang memudahkan seseorang melempar ujaran kebencian tanpa merasa bertanggung jawab. Peristiwa masa lalu yang pernah menyeret Cutbul ke ranah hukum juga menjadi salah satu konteks yang kerap diungkit warganet sebagai bahan merunding.

Jika dikaitkan dengan perspektif Etika Komunikasi Islam, penulis menilai bahwa perilaku *bullying* yang terjadi di akun TikTok @Cutbul secara nyata melanggar sejumlah prinsip dasar komunikasi Islami. Prinsip *tabayyun* (klarifikasi informasi) sering diabaikan, terbukti dengan banyaknya komentar yang berupa tuduhan tanpa dasar atau fitnah. Demikian pula prinsip *husnuzan* (berprasangka baik) tidak dijalankan, karena sebagian besar warganet justru memilih menyebarkan dugaan negatif tanpa verifikasi. Dari sisi adab lisan, ucapan-ucapan kasar, makian, dan ejekan jelas bertentangan dengan perintah untuk menggunakan *qaulan sadidan* (perkataan yang benar) dan *qaulan kariman* (perkataan yang mulia). Praktik *bullying* juga merusak nilai ukhuwah Islamiyah (persaudaraan) karena menimbulkan permusuhan, kebencian, dan perpecahan di antara sesama pengguna media sosial, yang pada akhirnya dapat memengaruhi iklim komunikasi

digital secara lebih luas.

Penulis memandang bahwa temuan ini memperlihatkan bagaimana dinamika interaksi di ruang digital dapat dengan mudah bergeser menjadi perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam, jika tidak diimbangi dengan kesadaran etis dan literasi bermedia sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan perlunya edukasi berkelanjutan terkait etika komunikasi Islam agar para pengguna media sosial, khususnya di platform TikTok, dapat membangun ruang interaksi yang lebih sehat, santun, dan bermanfaat, serta terhindar dari praktik merundung yang merugikan banyak pihak.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *bullying* di akun TikTok @Cutbul muncul dalam berbagai bentuk, seperti hujatan verbal, body shaming, fitnah, dan sindiran sarkastik. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain gaya komunikasi @Cutbul yang ceplas-ceplos, rendahnya literasi digital warganet, anonimitas pengguna TikTok yang mempermudah perilaku merundung, serta pengungkitan peristiwa masa lalu oleh sebagian pengguna. Hal tersebut menegaskan bahwa kolom komentar media sosial sering menjadi ruang terbuka bagi ekspresi kebencian tanpa kontrol yang memadai.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya bullying di akun TikTok @Cutbul saling berkaitan dan membentuk suatu pola yang memperkuat munculnya perilaku perundungan. Gaya komunikasi Cutbul yang ceplas-ceplos dan cenderung frontal sering memicu respons emosional dari warganet, terutama ketika pesan yang disampaikan bersinggungan dengan pengalaman atau pandangan pribadi audiens. Respons tersebut kemudian diperkuat oleh rendahnya literasi digital, yang menyebabkan pengguna kurang mampu menyikapi perbedaan pendapat secara kritis dan etis. Selain itu, anonimitas yang ditawarkan platform TikTok memberikan rasa aman semu bagi pengguna untuk melontarkan komentar negatif tanpa takut akan konsekuensi sosial. Faktor ini semakin diperparah oleh adanya konteks peristiwa masa lalu yang terus diungkit, sehingga memicu sentimen negatif

berulang dan menciptakan lingkungan komunikasi yang tidak sehat. Keterkaitan antar faktor tersebut menunjukkan bahwa bullying di media sosial bukanlah fenomena tunggal, melainkan hasil interaksi kompleks antara karakter konten, perilaku pengguna, dan sistem platform digital itu sendiri.

B. Saran

1. Bagi Pengguna Media Sosial: Diharapkan dapat lebih bijak dalam berinteraksi, dengan mengutamakan prinsip tabayyun, husnuzan, dan menjaga adab berkomunikasi sesuai dengan ajaran Islam. Pengguna juga diharapkan berani menegur atau melaporkan komentar yang mengandung unsur bullying agar praktik ini tidak terus berkembang.
2. Bagi Publik Figur : Sebaiknya terus meningkatkan kualitas komunikasi dengan audiens, menjaga kejelasan informasi agar tidak menimbulkan salah tafsir, serta menanggapi komentar negatif dengan cara yang santun dan mendidik. Figur publik juga diharapkan dapat menjadi teladan dalam membangun ruang digital yang ramah dan beretika.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M., & Gunarti, T. T. (2023). *Etika komunikasi dalam dunia maya: Interaksi dan implikasi komunikasi*. J-Kis: Jurnal Komunikasi Islam, 4(2), 237–246.
- Andari, Y. M., dkk. (2023). *Cyberbullying di media sosial TikTok terhadap remaja sekolah menengah pertama*. Jurnal Common, 7(1), 33–44.
- Arief, B., & Asriyadi, F. (2021). *Perilaku bullying pada remaja dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Asfar, A. M. I. T. (2019). *Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (penelitian kualitatif)*. (No. Januari), 1–13.
- Budiman, A., & Asriyadi, F. (2021). *Perilaku bullying pada remaja dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Bulu, Y., dkk. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku bullying pada remaja awal*. Nursing News, 4(1), 54–66.
- Carihadis.com. Sunan Ibnu Majah/4203. Diakses dari [https://carihadis.com/Sunan Ibnu Majah/4203](https://carihadis.com/Sunan_Ibnu_Majah/4203)
- Chandra, D. E. P. (2024). *Pengertian tindakan bullying, penyebab, efek, pencegahan dan solusi*. Jawa Timur: Universitas Moch. Sroedji Jember.
- Core.ac.uk. (2015). *Al-Qur'an dan komunikasi*. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/335271345.pdf>
- Core.ac.uk. (2015). *Prinsip-prinsip komunikasi dalam Alquran*. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/296476293.pdf>
- Detik.com. (2022). *Pengertian bullying adalah: Jenis, penyebab, dan cara mengatasinya*. Diakses dari <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6284761/pengertian-bullying-adalah-jenis-penyebab-dan-cara-mengatasinya>
- DOI. (2024). *Etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an QS. Ar-Rahman*. Diakses dari <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4903>
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Prenamedia Group.

- Fathi, A. S. (2020). *Islamic ethics in the digital age: A study on how social media should be utilized for positive change*. Journal of Islamic Studies and Culture, 12(3), 45–61.
- Fauzi, M., & Riadi, I. (2020). *Pesan-pesan dakwah dalam media sosial: Analisis konten akun TikTok*. Jurnal Dakwah, 20(1).
- Fuadul, M., & Purnama, S. (2024). *Etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an QS. Ar-Rahman*. Journal On Education, 6(2), 12755–12764.
- Hamka. (1999). *Tafsir Al-Azhar* (Jilid I). Jakarta: Gema Insani.
- Hidayati, A. N., dkk. (2024). *Cyberbullying pada remaja di TikTok official account @Cimoycantik12*. Jurnal Interaksi Online, 12(1), 1–12.
- Ilmi Saggaf, M., dkk. (2021). *Prinsip komunikasi Islam sebagai etika bermedia sosial*. JCS: Journal of Communication Studies, 1(1), 15–29.
- Intan, K., & Ikhtiono, G. (2020). *Analisis konten dakwah pada website Ahmadsastra.com*. Komunikasi: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah, 4(1), 10–27.
- Jufri, M. (2015). *Prinsip-prinsip komunikasi dalam Alquran*. Jurnal KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah, 5(2), 135–159.
- Lestari, W. S. (2016). *Analisis faktor-faktor penyebab bullying di kalangan peserta didik*. Jurnal Sosio Didaktika, 3(2), 149.
- Mareta, Y., dkk. (2023). *Cyberbullying di media sosial TikTok terhadap remaja sekolah menengah pertama*. Jurnal Common, 7(1), 33–44.
- Marwah, N. (2021). *Etika komunikasi Islam*. Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 7(1), 1–13.
- Marini, Riska. (2019). *Pengaruh media sosial tik tok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 25-26
- Muhammad, N., dkk. (2022). *Identifikasi perilaku bullying di sekolah (sebuah upaya preventif)*. Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah, 6(3), 685–691.
- Munirah, F. (2015). *Analisis isi deskriptif rubrik "Xp Re Si" Harian Kaltim Post periode Maret–April 2013*. EJurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 186–197.

- Mustofa, F., & Purnama, S. (2024). *Etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an QS. Ar-Rahman*. Journal On Education, 6(2), 12755–12764.
- Nabila, S., dkk. (2023). *Analisis ujaran kebencian dalam kolom komentar pada media sosial X, TikTok, dan Instagram*. Jurnal Sosmaniora: Ilmu Sosial dan Humaniora, 2(4), 645–651.
- Nurita Sari, A. P., dkk. (2021). *Bullying di Indonesia*. Essay. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Pradana, C. D. E. (2024). *Pengertian tindakan bullying, penyebab, efek, pencegahan dan solusi*. Jawa Timur: Universitas Moch. Sroedji Jember.
- Pratama, R. E., & Cahyani, R. I. (2024). *Tinjauan kriminologi tindak pidana cyberbullying dalam komentar pada akun TikTok Elynawa21*. Humani: Jurnal Hukum Masa Kini, 2(2), 1–13.
- Pujawati, A., dkk. (2023). *Desain wardrobe dalam iklan I Am Enough tentang cyber bullying pada platform sosial media TikTok dengan fotografi*. Kalatanda: Jurnal Desain Grafis dan Media Kreatif, 4(2), 11–19.
- Rambe, N. U., dkk. (2024). *Etika komunikasi di media sosial TikTok untuk mengantisipasi fenomena bullying*. Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 4(1), 133–138.
- Repository UINSA. (2012). *Komunikasi sosial*. Diakses dari <https://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/218/>
- Sitasari, N. W. (2022). *Mengenai analisa konten dan analisa tematik dalam penelitian kualitatif*. Forum Ilmiah, 19(1), 77–84.
- Subur, W. (2015). *Al-Qur'an dan komunikasi (etika komunikasi dalam perspektif Al-Qur'an)*. Al-Burhan, 15(1), 1–28.
- Sukmaningtyas, A. N. I., dkk. (2024). *Etika komunikasi Al-Qur'an dan relevansinya dengan komunikasi di zaman modern*. Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran dan Tafsir, 4(2), 556–576.

Sumber Internet

- Susanto, J. (2016). *Etika komunikasi Islami*. Jurnal WARAQAT, 1(1), 1–24.
- Taufan, A. M. I. (2019). *Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik*. (No. Januari), 1–13.

- Triningtyas, D. A. (2016). *Komunikasi antar pribadi*. Jawa Timur: CV. AE Media Grafika.
- Wahidah, S. (2022). *Etika komunikasi dalam Islam*. SAF: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 1(1), 22–37.
- Wahyuningsih, dkk. (2020). *Komunikasi kesehatan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wulandari, R. (2021). *Fenomena cyberbullying di media sosial: Dampak dan solusinya*. Jurnal Komunikasi.
- Yunita, B., dkk. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku bullying pada remaja awal*. Nursing News, 4(1), 54–66.

