

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Karangka Teoritis

2.1.1 Perilaku Cyberbullying

1. Pengertian perilaku

Perilaku adalah sebagai respon organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subyek tersebut. Respon ini terbentuk dua macam yakni bentuk pasif dan bentuk aktif dimana bentuk pasif adalah respon internal yaitu yang terjadi dalam diri manusia dan tidak secara langsung dapat dilihat dari orang lain sedangkan bentuk aktif yaitu apabila perilaku itu dapat diobservasi secara langsung (Adventus, dkk, 2019)

Menurut Notoatmodjo (2017) perilaku dari segi biologis adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan. Perilaku manusia dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang sangat kompleks sifatnya, antara lain perilaku dalam berbicara, berpakaian, berjalan, persepsi, emosi, pikiran dan motivasi. Menurut Skinner dalam Notoatmodjo (2014) merumuskan respon atau reaksi seorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori Skinner ini disebut "S-O-R" atau Stimulus Organisme Respon.

Menurut Blum dalam Adventus, dkk (2019) seorang ahli psikologi pendidikan membagi perilaku kedalam tiga kawasan yaitu kawasan tersebut tidak mempunyai batasan yang jelas dan tegas. Pembagian kawasan ini dilakukan untuk kepentingan tujuan pendidikannya itu mengembangkan atau meningkatkan ketiga domain perilaku, yang terdiri dari : ranah kognitif (cognitive domain) ranah afektif (affective domain), dan ranah psikomotor (psychomotor domain)

Menurut Damayanti (2017) dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini maka perilaku dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Perilaku tertutup (*convert behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respon terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
- b. Perilaku terbuka (*overt behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku adalah serangkaian perbuatan atau tindakan seseorang yang bereaksi terhadap sesuatu karena nilai-nilai yang dianutnya dan menjadikannya sesuatu kebiasaan. Perilaku manusia pada hakekatnya merujuk pada tindakan atau kegiatan, baik yang dapat diamati maupun tidak dapat diamati melalui interaksi manusia dengan lingkungannya, yang diwujudkan dalam bentuk pengetahuan sikap, dan tindakan

2. Perilaku Cyberbullying

Cyberbullying adalah sebuah perilaku tujuannya buat menakuti, memancing amarah, terkhususnya dikalangan mahasiswa. *Cyberbullying* ini sangat kejam, karena akibatnya sangat fatal bahkan dapat mengakibatkan gangguan psikologis seseorang. *Bullying* merupakan tindakan yang sengaja dilakukan oleh orang lain secara terus-menerus. Dimana korban akan merasa terluka secara fisik, mental, dan bahkan mengalami trauma sehingga akan merasa takut apabila perilaku buruk tersebut akan terjadi terus-menerus.

Cyberbullying itu sendiri Menurut Smith (dalam Monica dkk : 2015) adalah kesalahan dari penggunaan teknologi informasi yang merugikan atau menyakiti dan melecehkan orang lain dengan sengaja secara berulang-ulang. *Cyberbullying* dapat terjadi pada kelompok yang saling mengenal dan

kelompok orang yang tidak mengenal. Cyberbullying didefinisikan sebagai tindakan bullying/intimidasi yang melibatkan penggunaan *email*, *instantmessaging*, *website*, *chatroom*, dan apa saja yang berada di dunia maya (Kowalski, 2012).

Menurut Hertz (2012), *bullying* adalah bentuk penindasan atau kekerasan dengan bentuk mengejek, mengatakan kebohongan, melontarkan kata-kata kasar, menyebarkan rumor maupun melakukan ancaman atau berkomentar agresif yang dilakukan melalui media

Menurut Kim (dalam utama,2014:2) *bullying* dapat dilakukan secara verbal, psikologis, dan fisik.namun sekrang ini, bullying tidak hanya terjadi dikehidupan nyata saja, bullying sekarang juga terjadi didunia internet atau cyber. Bullying yang terjadi di internet atau *cyber* dinamakan dengan cyberbullying.

Dari defenisi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa cyberbullying adalah suatu tindakan yang sengaja dilakukan seseorang terhadap orang lain (korban)untuk mengejek, bercakap kotor, menyinggung, mempermalukan, dan lain sebagainya, yang dilakukan dalam media sosial untuk menyakiti bahkan dapat merusak mental seseorang yang menjadi korban bullying baik dari instagram, *facebook*, *whatsapp*,*twiter*, *essenger*, *aplikasi pesan(SMS)* dan media sosial lainnya

3. Faktor Pendorong Penyebab Perilaku Cyberbullying

Perilaku cyberbullying pada mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor- faktornya sebaai berikut:

1. Faktor Internal
 - a) Kemampuan pelaku empatI
 - b) Krakter korban
 - c) Konektivitas perilaku pelaku dan korban

2. Faktor Eksternal

- a) Identitas penggunaan media sosial
- b) Faktor perkembangan media sosial
- c) Pengaruh perangkat teknologi terhadap ataupun mahasiswa zaman sekarang

4. Bentuk-Bentuk Perilaku Cyberbullying

1. Amarah (*Flaming*)

Flaming memiliki arti perlakuan secara frontal yang menggunakan kata-kata kasar berupa pengiriman pesan, media sosial bahkan didalam *chat group* untuk menghina seseorang

2. Pelecehan (*Harassment*).

Harassment merupakan tindak lanjut dari *flaming* dimana memberikan gangguan-gangguan melalui berbagai macam jejaring sosial yang dilakukan secara terus-menerus bahkan dalam jangka panjang.

3. Fitnah atau Pencemaran nama baik (*Denigration*)

Denigration merupakan perilaku mengumbar keburukan atau memfitnah seseorang dengan tujuan untuk merusak citra dan reputasi orang lain yang dilakukan tidak sesuai dengan fakta dan kebenarannya

4. Peniruan (*Impersonation*)

Impersonation bisa diartikan sebagai berpura-pura menjadi orang lain dan mengirimkan pesan-pesan dan status yang tidak baik bukan dengan atas nama dirinya (pelaku)

5. *Outing*

Outing merupakan tindakan seseorang yang menyebarkan rahasia orang lain, atau foto-foto pribadi orang lain.

6. Tipu daya (*trickery*)

Membujuk seseorang dengan tipu daya agar mendapatkan rahasia atau foto orang tersebut.

7. Pengeluaran (*Exclusion*)

Tindakan yang dilakukan seseorang secara sengaja dan kejam

mengeluarkan seseorang dari grup online

8. Cyberstalking

Tindakan yang dilakukan untuk mengganggu dan mencemarkan nama baik seseorang secara instan sehingga membuat ketakutan besar pada orang tersebut.

5. Karakteristik Cyberbullying

1. Agresif

Perilaku Agresif adalah tahapan dari seseorang berakhir melakukan Bullying. Menurutnya, agresif merupakan situasi dimana seseorang memperoleh sesuatu dengan menggunakan kekuatan namun dominasinya terhadap target atau korban merupakan hal yang insidental dan tidak disengaja, sementara bullying merupakan situasi akhir yang diinginkan dan dicapai melalui penggunaan kekuatan secara bertujuan untuk menyakiti orang lain dan untuk menunjukkan dominasi seseorang terhadap orang lain. Dalam penelitian ini, dapat terlihat bentuk-bentuk perilaku agresif yang dilakukan pelaku kepada korban, yaitu:

- a) Pelaku mengirimkan komentar atau pesan cyberbullying berulang kali (lebih dari satu kali)
- b) Pelaku mengirimkan pesan yang mengandung unsur cyberbullying dengan bahasa yang kasar
- c) Pelaku ikut bereaksi menambahkan pesan cyberbullying dari perilaku lainnya.

2. Intimidatif

Berdasarkan Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), perilaku intimidatif adalah tindakan menakut-nakuti (terutama untuk memaksa orang atau pihak lain berbuat sesuatu); gertakan; ancaman. Randall dalam Parsons (2009) menyebutkan bahwa intimidatif adalah perilaku agresi yang muncul dari suatu maksud yang disengaja untuk mengakibatkan tekanan kepada orang lain secara fisik dan psikologis. Bentuk intimidatif

yang ditemukan yaitu:

- a) Mengancam kebebasan berinternet
- b) Mengancam keselamatan
- c) Mendominasi orang lain
- d) Tidak berempati terhadap perasaan orang lain

Jadi dalam definisi diatas Peneliti berpendapat bahwa perilaku cyberbullying dalam penggunaan media sosial instagram sangat perihatin, karena dengan adanya media sosial yang saat ini sedang berkembang membuat kalangan mahasiswa kurangnya moral dan rasa empati terhadap sesama dan kurangnya rasa persaudaraan.

2.1.2 Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan “foto *instan*”. instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid dalam tampilannya. Sedangkan “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi pada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan keterangan lainnya dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari kata instan-telegram (Aditya, 2015 dalam jurnal penelitian “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru)

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smarphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat

memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus (Atmoko,2012:10). Definisi lainnya Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara online foto - foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. (Budiargo, 2015:48 - 49).

Dari beberapa definisi instagram diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa instagram adalah suatu media digital yang dikhususkan untuk media sosial yang menampilkan foto-foto dan video untuk menampilkan dan menyampaikan suatu informasi bagi khalaknya. Adanya instagram untuk individu yang menggunakannya juga dapat meningkatkan kreatifitas karena instagram memiliki fitur-fitur yang membuat foto-foto menjadi lebih bagus dan terlihat artistik.

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda (Atmoko, 2012).

Kevin adalah sarjana lulusan Stanfrod University pada tahun 2006 dengan jurusan Management Science & Engineering. Kevin mulai mengenal startup sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu, kevin bekerja di google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk tim Corporate Development. Setelah

keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai engineering. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen FourSquare (Check in) dengan elemen Mafia Wars. Kemudian lahirlah nama Burn. Kevin kemudian membangun sebuah prototipe dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burn, Mike merupakan alumni dari Stanford University dengan jurusan Symbolic Systems dengan fokus pada Human Computer Interaction. Selama masa kuliah, Mike magang di Microsoft untuk tim Power Point dan Foxmarks (Xmarks) sebagai Software developer.

Burbn, Inc. merupakan teknologi starup yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan untuk check in lokasi, mendapatkan poin untuk hang out dengan teman, posting foto, dan update status. Pada mulanya Burbn, inc. Memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 Mobile (Hiper text markup language 5), namun kedua CEO (Chief Executive Officer). Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja. Dan membuat sebuah versi prototipe pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Karena passion Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah

sebuah prototipe aplikasi photo sharing (Atmoko, 2012).

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “right here right now” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

Kevin dan Mike selama delapan minggu melakukan perbaikan Burn untuk bertransformasi menjadi Instagram (IG) yang hanya fokus ke layanan berbagai foto, dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya, dari analisis tersebut, ada tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini. Pertama, foto mobile terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan foto mobile tidak memiliki mood dan tone, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa preset filter hanya dengan satu klik. Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek filter, pembuatan filter ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda. Kedua, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (Instagram) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik. Ketiga, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat pengalaman mengunggah, berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iphone terbaru atau yang lama sekalipun. Karakteristik berikutnya adalah menciptakan format tampilan foto. Foto persegi dipilih karena sangat baik ketika ditampilkan dalam format feed. Saat pembuatan aplikasi ini, Kevin dan Mike berfokus hanya di iphone.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjangkit 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data center untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunaannya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan upgrade. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis Cloud Amazon yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, App Store telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam featured app, top free app untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai App Of The Year 2011. App Store adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari iphone, ipad touch dan ipad.

Instagram menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke platform lain yaitu Android, karena platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke platform buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada platform di android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 Mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah booming kehadirannya di

android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook (Atmoko, 2012).

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “follow”, “like” foto dan “popular” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat (Atmoko, 2012).

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur hashtag atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan Flickr yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapa rekor ini. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang live filter, instan tilt shift dan resolusi tinggi.

3. Fitur Dalam Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagiannya keberbagai layanan media sosial, termasuk milik

instagram sendiri. Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, instagram sering memperbaharui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram pada saat ini

1. Pengikut (*followers*) dan mengikuti (*following*)

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna isntagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menemukan teman-teman di instagram, dapat juga menggunakan link yang dihubungkan dengan akun media sosial lainnya, seperti facebook dan twitter.

2. Mengunggah foto/video dengan *Caption* (posting)

Kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagai foto atau video kepada pengguna lainnya. Di Instgram, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Untuk video sendiri, video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai apa yang ada di pikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah ketagori.

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi instagram dapat disimpan. Pengguna kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto

yang dikehendaki oleh sang pengguna.

4. Efek (filter)

Pada versi awalnya, instagram memiliki efe-efek yang dapat digunakan oleh para pengablikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, rnakontras, warna, dan lain sebagainya.

5. Arroba

Seperti twiter dan juga facebook, instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung para pengguna lainnya, dengan menambahkan *arroba*(@) dan memasukan nama akun instagram dari pengguna lainnya tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya didalam karangan foto, melainkan juga pada komentar foto.

6. Label Foto (*Hastag*)

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan nama sendiri, tempat dimana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas instagram. Foto yang telah diunggah,dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto.

7. *Geotagging*

Setelah memasukan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Dengan demikian instagram dapat mendeteksi lokasi dimana para pengguna instagaram tersebut berada. Dengan geotagging juga para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau dimana foto tersebut telah diunggah.

8. Jejaring Sosial

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti facebook dan twitter dengan cara menghubungkan link akun instagram dengan media sosial lainnya.

9. Tanda Suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai postingan yang telah diunggah oleh pengguna lain.

10. *Instastory*

Instastory merupakan singkatan dari Instagram stories. *Instastory* ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur *Instastory* juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.

11. Arsip Foto

Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat pengguna tersebut.

12. Siaran Langsung (Live)

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya.

13. IGTV

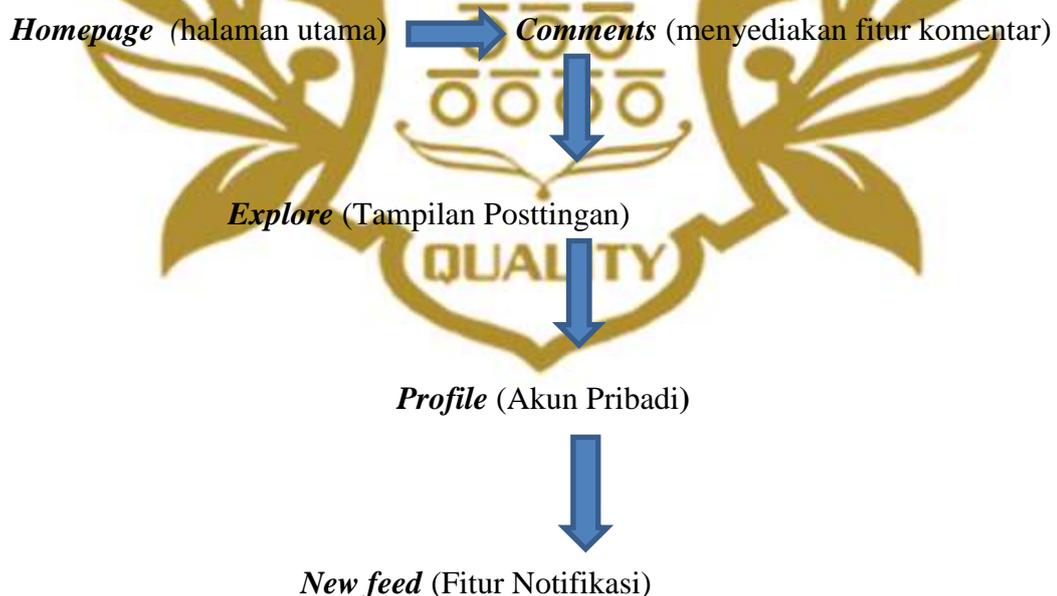
Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam feed profil unggahan.

Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

1. *Home Page*, Homepage adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi Instagram dan membatasi foto-foto terbaru.
2. *Comments* , sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.
3. *Explore*. Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

4. *Profil*. Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.
5. *News Feed*. New feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow. Sedangkan tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Konsep 2.1.2 Menu Utama Instagram yang Terletak Di Bagian Bawah



2.1.3 Keterkaitan Perilaku Cyberbullying dengan Manajemen SDM

Menurut Bintoro dan Daryanto Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya manusia yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama. Manajemen SDM juga merupakan bidang manajemen yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan terkait sumber daya manusia disuatu organisasi.

Manajemen persepsi adalah tindakan untuk menyampaikan atau menolak informasi dan indikator tertentu terhadap khalayak asing untuk mempengaruhi emosi, motif, dan alasan obyektif mereka serta system intelegen dan pemimpin disemua tingkatan untuk mempengaruhi perkiraan resmi, yang pada akhirnya menghasilkan perilaku dan tindakan resmi asing yang menguntungkan pihak asing. Dalam berbagai cara Manajemen Persepsi menggabungkan proyeksi kebenaran, keamanan operasi, kedok dan penipuan, dan operasi psikologis. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan masukan dari indra mereka untuk memberi makna dan ketertiban pada dunia disekitar mereka.

Dalam penelitian ini terdapat keterkaitan manajemen persepsi dengan perilaku *cyberbullying*, dimana banyak faktor yang melatarbelakangi seseorang dalam melakukan *cyberbullying* terkhususnya dikalangan mahasiswa melalui media sosial instagram. Menurut Kwalski, Limber dan Agatston, faktor- faktor resiko yang menyebabkan seseorang melakukan perilaku *cyberbullying* adalah persepsi. Dimana persepsi merupakan suatu proses yang digunakan individu untuk mengelola dan menafsirkan pesan indera dari lingkungan dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan dengan cara mengorganisir dan menginterpretasi sehingga akan mempengaruhi perilaku individu.

Dalam penelitian ini juga terdapat berbagai cara untuk dapat mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman terhadap perilaku cyberbullying dikalangan Mahasiswa Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum yaitu dengan analisis SWOT (*Strength, weakness, oppoturnites, and,thereadment*). Menurut Ferrel Herline fungsi dari analisis ini untuk mengumpulkan informasi yang ada sehingga melalui analisis ini dapat dibedakan permasalahan didalam (kekuatan dan kelemahan) dan permasalahan dari luar (peluang dan ancaman), SWOT ini yang akan digunakan untuk meberikan penjelasan apakah informasi yang diperoleh tentang perilaku cyberbullying , sehingga dapat mencapai tujuan atau bahkan memberikan informasi bahwa terdapat rintangan yang nantinya akan dihadapi atau meminimalisir rintangan yang ada (mustabsiyah 2019).

SWOT adalah metode yang digunakan dalam organisasi mahasiswa untuk mengetahui faktor dalam dan dari luar. Keseluruhan dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam organisasi mahasiswa dapat dinilai maupun diketahui dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis ini dapat digunakan peneliti untuk menentukan strategi yang akan dilakukan dalam mengukur bagaimana perilaku cyberbullying dikalangan mahasiswa.

Dalam penelitian ini, peneliti dapat menjelaskan bahwa perilaku cyberbullying dapat mempengaruhi Sumber Daya Manusia dikalangan mahasiswa. Dimana, perilaku cyberbullying dikalangan mahasiswa ini dapat merusak sumber daya manusia (SDM) dengan menciptakan lingkungan yang tidak sehat, perilaku *negative*, dan demotivasi dalam diri mahasiswa sebagai Sumber Daya Manusia yang akan menjadi generasi pembangun bangsa. Peningkatan stress dan penurunan produktivitas belajar akibat cyberbullying dapat mempengaruhi kesejahteraan mahasiswa, ketidaknyamanan, mengakibatkan gangguan dalam hubungan sosial, menimbulkan konflik akibat cyberbullying yang dapat merugikan hubungan antarindividu, bahkan dapat menimbulkan permasalahan manajemen SDM , dan mempersulit manajemen SDM dilingkungan akademis. Upaya pencegahan dan penanganan cyberbullying dapat menjadi bagian integral

dari strategi manajemen SDM untuk menciptakan lingkungan akademis yang sehat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

Deskripsi	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5
Judul	Analisis perilaku cyberbullying ditinjau dari big five personality dan kemampuan literasi media sosial	Pengaruh media sosial terhadap perilaku cyberbullying pada kalangan remaja	Pengaruh literasi digital terhadap kecenderungan perilaku cyberbullying remaja dimedia sosial	Ekspolarasi cyberbullying dalam kaitannya dengan empati dan kualitas pertemanan Remaja	Kecenderungan Cyberbullying Remaja ditinjau dari Kompetensi Sosial dan Persepsi Terhadap Gaya Pengasuhan Authoritarian Orangtua
Deskripsi	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti 3	Peneliti 4	Peneliti 5
Peneliti	Novyanti Kartika Dewi	Anastasia Siwi Fatma Utami	Shafira Ulfah Rahmani	Redita Yuliawanti	Nengsih Sri Wahyuni
Lembaga	Universitas Madiun	AMIK BSI Bekasi	Universitas Sumatera Utara	Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
Tahun	2019	2018	2021	2018	2018
Teori	<i>Flaming outing</i>	Denigration	<i>Repetition, intention,</i>	<i>Friendship Empathy is</i>	<i>Bullying, Flaming,</i>

	<i>Exclusion</i>	outing exlusion	<i>harm, imbalance of power</i>	<i>Destroyed</i>	<i>Denigration</i>
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil dari penelitian deskriptif kepribadian big live mahasiswa Universitas PGRI Madiun menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa memiliki big five personality yang tinggi yaitu sebesar 77,4% dan sedang 22,6%. Hasil analisis antara big five personality dan literasi media terhadap perilaku cyberbullying menunjukkan nilai R sebesar 0,282. Hal ini menunjukkan bahwa ada	Dari hasil analisis yang ditemukan pada pengaruh media sosial terhadap perilaku cyberbullying pada kalangan remaja. Nilai keofisien pada penelitian ini adalah $Y=18,6+0,48 X$ Dimana X adalah pengaruh media sosial, sedangkan Y adalah perilaku cyberbullying	Berdasarkan hasil penelitian, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara literasi digital $R^2 = 0,206$ dan $p = 0,000$ yang berarti literasi digital berpengaruh sebesar 20,6% terhadap kecenderungan cyberbullying	Berdasarkan hasil penelitian bahwa ada pengaruh Ekspolarasi cyberbullying dalam kaitannya dengan empati dan kualitas pertemanan remaja, dimana kualitas pertemanan berperan negative terhadap kecenderungan melakukan cyberbullying pada remaja sebesar 68,4%. Dengan demikian, semakin rendahnya empati dan	Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan F value = 5,728 dan nilai R square sebesar 0,077, $p = 0,004$ ($< 0,05$) yang berarti bahwa kompensasi sosial dan persepsi terhadap gaya pengasuhan authoritarian orangtua memberikan sumbangan efektif terhadap kecenderungan cyberbullying sebesar 7,7% secara signifikan

	korelasi antara variable big five personality (x1) dan (x2) literasi media terhadap cyberbullying			kualitas pertemanan yang dimiliki, maka semakin tinggi kecenderungan melakukan cyberbullying pada remaja	
--	---	--	--	--	--

Pada peneliti ini, peneliti mengambil lima peneliti terdahulu untuk menjadi bahan acuan terkait peneliti yang sedang dikerjakan. Pada peneliti terdahulu I peneliti mengambil tentang media sosial sehingga dapat dikembangkan lebih jauh dan tentu nya ditambah dengan pemikiran dari peneliti sendiri. Pada penelitian terdahulu II , peneliti mengambil variable pengguna media sosial yang sama dengan peneliti terdahulu sebelumnya agar dapat dikembangkan lebih jauh dan di tambah dengan pemikiran sendiri. Pada penelitian terdahulu III, peneliti mengambil penelitian kuantitatif yang sama dengan penelitian terdahulu sebelumnya supaya bisa dikembangkan lebih jauh ditambah dengan pemikiran peneliti. Pada penelitian terdahulu IV peneliti mengambil tentang Ekspolarasi cyberbullying dalam kaitannya dengan empati dan kualitas pertemanan Remaja sehingga dapat dikembangkan lebih jauh dengan karangka pemikiran peneliti. Pada penelitian terdahulu V peneliti mengambil mengambil tentang Kecenderungan Cyberbullying Remaja ditinjau dari Kompetensi Sosial dan Persepsi Terhadap Gaya Pengasuhan *Authoritarian* Orangtua. Tentunya peneliti akan lebih mengembangkan penjelasan tersebut melalui pendapat dan karangka pemikiran oleh peneliti. Perbedaan signifikan terdapat pada teori yang digunakan, dimana pada peneliti ini, peneliti menggunakan teori *computer mediated communication*.

1. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Novianty Kartika Dewi

Pada Penelitian ini, memiliki persamaan dengan peneliti yang dilakukan oleh Novianty kartika dewi yaitu sama sama membahas tentang perilaku cyberbullying dimedia sosial instagram, sama – sama menggunakan aspek-aspek mengenai perilaku cyberbullying seperti, *flaming, harrasement, denigration, outing dan trickery*. Selain itu pada peneliti ini juga menggunakan metode penelitian yang sama yang dilakukan oleh novianty kartika dewi yaitu uji validitas.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada penambahan rentangan usia responden dari usia 18 tahun hingga 23 tahun. Sehingga subjek penelitian yang dilakukan oleh novianty kartika dewi rata-rata 22 tahun. Serta perbedaan mendasar antara keduanya yaitu perbedaan objek penelitian dan periode pengamatan antara keduanya. Novianty melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan objek penelitian analisis perilaku cyberbullying ditinjau dari *big five personality* dan kemampuan literasi sosial media universitas PGRI madiun. Sedangkan peneliti ini dilakukan pada tahun 2023-2024 dengan objek penelitian pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku cyberbullying di kalangan mahasiswa manajemen Universitas Quality Medan

2. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Anastasia siswi fatma utami

Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilakukan oleh Anastasia yaitu sama membahas tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku cyberbullying, sama sama memiliki tujuan penelitian sejauh mana tingkat pengetahuan mahasiswa dalam menggunakan media sosial dan pengaruh mahasiswa mengenai cyberbullying.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada metode penelitian yang digunakan . pada peneliti yang dilakukan oleh anastasia menggunakan

metode statistic atau bisa disebut dengan (*simple linear regression*). Serta perbedaan mendasar antara keduanya yaitu perbedaan objek penelitian dan periode pengamatan. Anastasia siswi fatma utami melakukan penelitian di tahun 2018 dengan objek penelitian mengamati secara langsung. Sedangkan peneliti di lakukan pada tahun 2023-2024 dengan objek penelitian pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku cyberbullying di kalangan mahasiswa manajemen Universitas Quality Medan.

3. Perbedaan dan persamaan antar penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafira Ulfah Rahmani

Penelitian ini memiliki persamaan dengan peneliti yang dilakukan oleh Shafira ulfah rahmani yaitu, sama sama membahas tentang tahap perkembangan mahasiswa dimana mahasiswa seharusnya telah mampu mengembangkan kemampuan intelektual dan berfikir kritis terhadap aspek kehidupan sehari-hari. Sama sama membahas kompetensi emosional yang penting dikembangkan semasa remaja.

Dibalik kesamaan antara kedua nya, kedua penelitian ini tetap mempunyai perbedaan. Perbedaan tersebut terletak pada penelitian ini menggunakan penambahan pengujian uji daya beda aitem. Serta perbedaan mendasar antara keduanya yaitu perbedaan objek penelitian dan periode pengamatan antara keduanya yaitu perbedaan objek penelitian dan periode pengamatan. Shafira ulfah melakukan penelitian ditahun 2021 tanggal 26 januari 2021 dengan objek pengaruh literasi digital terhadap perilaku cyberbullying remaja di media sosial instagram populasi akhir (*lateadolescent*) usia 18-21 yang sehari-hari menggunakan media sosial instagram yang berstatus aktif pada universitas sumatera utara (USU). Sedangkan peneliti ini dilakukan pada tahun 2023 oktober dengan objek penelitian pengaruh penggunaan media intagram terhadap perilaku cyberbullying di kalangan mahasiswa manajemen Universitas Quality Medan.

4. Perbedaan dan persamaan antar penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Redita Yulianti

Pada penelitian ini terdapat persamaan antara peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tindakan-tindakan cyberbullying dan sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif

Dibalik persamaan tersebut, terdapat perbedaan antara peneliti dengan penelitian terdahulu dimana peneliti meneliti sebagaimana besar pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku instagram. Sedangkan peneliti terdahulu meneliti seberapa besar pengaruh rendahnya empati dan kualitas pertemanan dikalangan remaja.

5. Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nengsih Sri Wahyuni

Pada penelitian ini terdapat persamaan antara peneliti dengan penelitian terdahulu, dimana peneliti sama-sama memiliki tujuan untuk mengetahui kecenderungan cyberbullying di media sosial dan memiliki pendekatan penelitian yang sama yaitu pendekatan Kuantitatif

Sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada rentang usia yang diteliti. Dimana pada penelitian terdahulu terdapat rentang usia dari 15-18 tahun yang telah aktif menggunakan ponsel dan internet. Sedangkan peneliti berfokus pada Mahasiswa yang akan diteliti dengan rentang usia yang lebih tua.

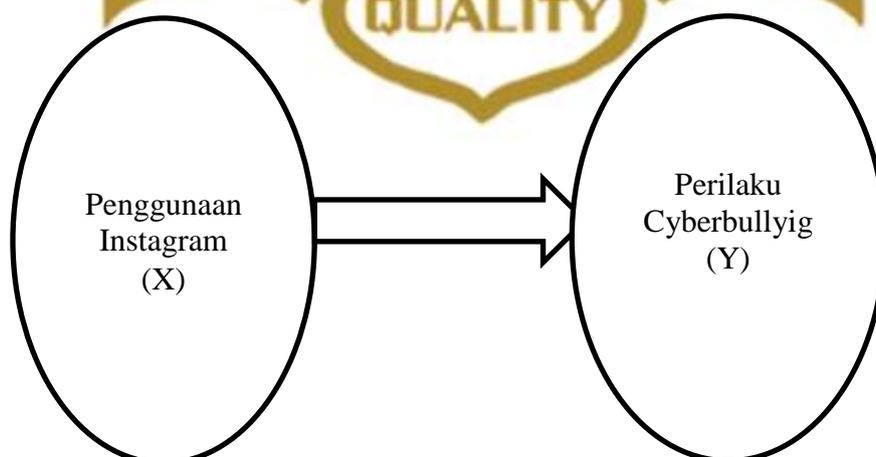
2.3 Karangka Pemikiran

Perkembangan teknologi khususnya di bidang internet atau dunia maya membuat dunia seakan lebih dekat dengan para penggunanya. Para Mahasiswa merupakan pelaku utama dalam pemanfaatan kecanggihan teknologi di dunia internet. Karna begitu pesatnya pengguna internet dewasa ini, menimbulkan banyak kejahatan. Kejahatan di dunia internet itulah yang sering disebut cybercrime. Cybercrime adalah istilah yang mengacu pada aktifitas kejahatan

yang dilakukan di media internet yang menjadi alat, sasaran atau tempat terjadinya kejahatan.

Cybercrime terbagi atas beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya salah satunya adalah cyberbullying . Dan penelitian ini difokuskan pada bentuk kejahatan didunia maya yang sering disebut cyberbullying. Cyberbullying adalah salah satu bentuk penindasan atau kekerasan dengan mengejek, mengatakan kebohongan, melontarkan kata-kata kasar, menyebarkan rumor maupun melakukan ancaman atau berkomentar negatif yang dilakukan melalui media yang akan menyebabkan korban merasa dirugikan.

Pelaku dan korban cyberbullying biasanya berasal dari kalangan mahasiswa karena persentase terbesar pengguna media sosial adalah remaja mahasiswa. Dewasa ini banyak media sosial baru bermunculan diantaranya adalah *Facebook, Twitter, Instagram, tiktok, youtube* dan sebagainya. Remaja mahasiswa merupakan individu yang sedang berkembang dengan rasa ingin tahu yang begitu besar. Dengan banyaknya bermunculan media sosial, banyak dari remaja mahasiswa tersebut ingin memiliki akun media sosial tersebut dengan alasan hanya ingin memuaskan rasa ingin tahunya. Salah satu media sosial yang sedang diminati para mahasiswa adalah media sosial instagram .



Gambar 2. 3 Karangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran tersebut, dapat dijabarkan bahwa dengan adanya media sosial instagram merupakan konsep baru di bidang komunikasi yang sangat di minati oleh kaum mahasiswa saat ini, untuk melakukan komunikasi sesama pengguna media sosial untuk menambah teman, membangun hubungan yang kemudian akan menghasilkan dimana pengguna media sosial akan merespon balik (*feedback*). Pada peneliti ini pengguna media sosial instagram merupakan variable (x) menurut *Mcquail* yaitu terdiri dari, Informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan dan mobilisasi dan Cyberbullying merupakan variable (y) menurut Willard (dalam Wiyani, 2012:20) yaitu terdiri dari, *flaming, harassment, denigration, impersonation, deception, excommunication, persecution*, dan bullying.

2.4 Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel atau kontrak dengan cara memberikan arti atau memspezifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variabel tersebut. Defenisi operasional merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Defenisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian (*Sugiyono,2014*)

Tabel 2.4
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Penggunaan Instagram (X)	<p>Penggunaan instagram adalah suatu aplikasi yang digunakan oleh mahasiswa dalam menampilkan foto-foto maupun video, dan menyampaikan suatu informasi bagi khalaknya. Adanya instagram bagi individu mahasiswa yang menggunakannya, juga dapat meningkatkan kreatifitas karena instagram memiliki fitur-fitur yang membuat foto-foto menjadi lebih bagus dan terlihat arstiktik.</p>	<p><i>Homepage</i> (halaman utama)</p> <p><i>Comments</i> (fitur komentar)</p> <p><i>Explore</i> (tampilan Postingan)</p> <p><i>Profile</i> (akun pribadi)</p> <p><i>New Feed</i> (fitur notifikasi)</p>	Likert
Perilaku Cyberbullying (Y)	<p>Cyberbullying adalah tindakan kekerasan dan pelecehan di media sosial yang dilakukan oleh Mahasiswa Manajemen Universitas Quality</p>	<p><i>Flamming</i> (Amarah)</p> <p><i>Harassment</i> (pelecehan)</p> <p><i>Denigration</i> (Fitnah)</p> <p><i>Impersonation</i> (peniruan)</p> <p><i>Outing</i> <i>trickery</i> (tipu daya)</p> <p><i>exclusion</i> (pengeluaran)</p> <p><i>cyberstalking</i></p>	

2.5 Hipotesis

Hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara terhadap masalah deskriptif, yaitu berkenaan dengan variable mandiri (Sugiyono 2012:100). Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

Terdapat pengaruh penggunaan instagram (x) terhadap perilaku cyberbullying dikalangan mahasiswa (y)

