

**TESIS**

**STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL KHALAYAK DIGITAL PADA MEDIA  
SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *TIKTOK* TERHADAP ISU TOLERANSI**

**MUKHLISA SETIABUDI**



**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

**STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL KHALAYAK DIGITAL PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK TERHADAP ISU TOLERANSI**

Disusun dan diajukan oleh

**Mukhlisa Setiabudi**  
E022192011

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **(06 Desember 2022)**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



**Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M. Si**  
Nip. 197012311998021002

Pembimbing Pendamping,



**Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si**  
Nip. 197306172006042001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,



**Dr. H. Muhammad Farid, M. Si**  
Nip. 196107161987021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin,



**Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si.**  
Nip. 197508182008011008

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mukhlisa Setiabudi

Nomor Poko Mahasiswa : E022192011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya pribadi dan bukan merupakan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila kemudian hari terbukti atau dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini merupakan hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 11 Desember 2022

Yang menandatangani



Mukhlisa Setiabudi

## PRAKATA

*Alhamdulillah* *rabbi'l'alamin*, rasa syukur yang teramat sangat serta pujian yang paling tinggi penulis panjatkan atas kehadiran Rabb Yang Maha Agung, **Allah swt.**, karena atas limpahan rahmat dan kasih sayangnya, taufik dan hidayah-Nya, petunjuk serta pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul “*Studi Etnografi Virtual Khlayak Digital pada Media Sosial Instagram dan TikTok terhadap Isu Toleransi*”. Salawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda **Rasulullah Muhammad saw.**, beserta keluarga, para sahabat dan seluruh umatnya. Dalam penyusunan tesis ini, peneliti tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang tercinta kedua orang tua penulis Ayahanda **H. Eko Setia Budi Saleh, S.Pd., S.E.** dan Ibunda **Hj. A. Farida Karim, S.Pd.** yang selalu memberi segala bentuk dukungan, bimbingan, semangat, motivasi serta selalu mengirimkan doa-doa terbaik kepada penulis.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu.,M.A** Rektor Universitas Hasanuddin pada Periode 2014 - 2022 dan **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.** Rektor Universitas Hasanuddin saat ini Periode 2022 – 2026 yang telah memeberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi pada tingkat Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Dr. Phil. Sukri, M.Si.** dan Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, **Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.**, yang telah memberikan masukan kepada penulis selama melanjutkan studi di Program Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin.

Bapak **Dr. Muliadi Mau, M.Si** selaku pembimbing I dan Ibu **Dr. Tuti Bahfiarti, M.Si.** selaku Pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan meluangkan banyak waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.

**Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si, Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si., Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.,** selaku tim penguji dari tesis ini yang telah memberikan arahan dan masukan serta saran sehingga penelitian ini dan penulisan tesis ini dapat terlaksana dengan baik.

Seluruh Dosen Program Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi serta seluruh jajaran staf akademik FISIP Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu penulis dalam kepengurusan proses Akademik selama perkuliahan.

Sahabat sejati sekaligus saudariku **Nurwasari, S.Si.** yang selalu hadir dan memberi dukungan tanpa batas kepada penulis selama ini. Semoga Allah swt. senantiasa memberikan berkah dan kebahagiaan dalam kehidupanmu.

Sahabat-sahabat seperjuanganku yang tercinta **Fachria Muntihana Ali S.I.Kom., Nurul Hikmah Djufri, S.I.Kom., dan Martang, S.I.Kom.,** Terima kasih atas dukungan doa dan kasih sayang tulus dari kalian untuk penulis ditengah-tengah kesibukan masing-masing.

Adik-adikku **Anugerahwati Setiabudi dan Nurfitriah Setiabudi,** semoga langkah kalian jua bisa lebih jauh kedepannya untuk meraih cita-cita.

Teman-teman seperjuangan Pascasarjana Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, terima kasih atas pengalaman-pengalaman yang berharga dan penuh keceriaan selama menjalani proses belajar di Universitas Hasanuddin Makassar.

Sebagai penutup penulis menyampaikan permohonan maaf yang mendalam sekiranya dalam proses perkuliahan selama ini terjadi hal-hal yang kurang berkenan di hati. Semoga tesis ini bermanfaat bagi dunia pendidikan tinggi khususnya bidang Ilmu Komunikasi.

Makassar, 15 November 2022

Mukhlisa Setiabudi  
E022192011

## ABSTRAK

MUKHLISA SETIABUDI. *Studi Etnografi Virtual Khalayak Digital pada Media Sosial Instagram dan Tik Tok terhadap Isu Toleransi* (dibimbing oleh Muliadi Mau dan Tuti Bahfiarti).

Bangsa Indonesia terdiri dari masyarakat multikultural. Namun, sayangnya perbedaan terkadang menjadi penyebab timbulnya konflik, baik itu pada dunia nyata maupun di dunia virtual seperti media sosial Instagram dan Tik Tok. Konflik yang terjadi di media sosial dapat ditanggulangi dengan adanya toleransi. Untuk itu, perlu dikaji terlebih dahulu tentang bagaimana sebenarnya isi pesan toleransi yang tersebar di media sosial tersebut dan bagaimana konsep toleransi yang dibentuk oleh khalayak digitalnya. Hal ini tentunya bermanfaat untuk lebih mengenal konsep toleransi di media sosial secara garis besar agar bisa menanggulangi konflik-konflik yang terjadi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data interaktif yang kemudian ditunjang dengan analisis isi kualitatif dan analisis media siber cetusan Rulli Nasrullah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isi pesan toleransi di media sosial Instagram dan Tik Tok secara garis besar sama, namun terdapat perbedaan kecil bahwa isi pesan toleransi di Instagram cenderung berbentuk informatif tersurat untuk menghargai perbedaan yang ada. Sementara isi pesan toleransi di Tik Tok berbentuk informatif yang secara tersirat dengan menerima segala bentuk perbedaan dan menjadikannya kekuatan untuk bersatu yang dikreasikan dalam sinematografi. Konsep toleransi yang dibentuk khalayak digital media sosial Instagram dan Tik Tok sama-sama merujuk pada konsep toleransi ekumenis yang diartikan bukan sekadar saling menghargai, tapi juga saling menerima perbedaan dan sudut pandang satu sama lain.

Kata kunci: etnografi virtual, media sosial, instargram, tiktok, toleransi



## ABSTRACT

MUKHLISA SETIABUDI. *A Virtual Ethnographic Study of Digital Audiences on Social Media Instagram and Tik Tok on the Issues of Tolerance* (supervised by Muliadi Mau and Tuti Bahfiarti)

Indonesian nation consists of a multicultural society. Unfortunately, differences sometimes cause conflict as seen both in the real world and in the virtual world such as in Instagram social media and TikTak. Conflicts that occur in social media can be overcome with tolerance. For this reason, it is necessary to examine in advance how the content of tolerance messages spreads on social media actually is and how the concept of tolerance is formed by its digital audience. This is of course useful to be more familiar with the concept of tolerance in social media in general in order to be able to deal with the conflicts that occur. This study used a type of qualitative research with a virtual ethnographic approach. The data analysis technique used interactive data analysis which was then supported by qualitative content analysis and cyber media analysis initiated by Rulli Nasrullah. The results of this study indicate that the content of messages of tolerance on social media Instagram and TikTok are broadly the same, but there is a slight difference where the contents of messages of tolerance on Instagram tends to be explicitly informative to appreciate the differences. Meanwhile, the contents of the message of tolerance on Tik Tok are implicitly informative by accepting all forms of difference and make it a force to be united created in cinematography. The concept of tolerance formed by digital audiences on social media Instagram and Tik Tok both refer to the concept of ecumenical tolerance which means that it is not only mutual respect, but also mutual acceptance of each other's differences and points of view.

Keywords: virtual ethnography, social media, Instagram, TikTok, tolerance



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
PRAKATA .....	iii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB I</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II</b>	
A. Kajian Konsep.....	12
1. Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	12
2. Konsep Media Sosial .....	14
3. Khalayak Digital .....	22
4. Konsep Toleransi.....	24
B. Landasan Teori.....	31
1. Teori Ekologi Media .....	31
2. Teori Fungsionalisme .....	36
3. Teori Konstruksi Realitas.....	40
4. Teori Komunikasi Dunia Maya ( <i>Cybercommunity Theory</i> ).....	42
C. Hasil Penelitaian yang Relevan.....	45
D. Kerangka Konseptual .....	48
E. Definisi Konseptual .....	49
<b>BAB III</b>	
A. Jenis Penelitian.....	52
B. Pendekatan Penelitian.....	53

C. Jenis dan Sumber Data .....	53
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Teknik Analisis Data .....	58
F. Teknik Pemilihan Informan .....	61
G. Triangulasi dan Validitas Temuan .....	62
BAB IV	
A. Hasil Penelitian .....	63
1. Analisis Isi Pesan Toleransi.....	64
2. Analisis Media Siber <i>Instaram</i> dan <i>TikTok</i> .....	135
B. Pembahasan.....	176
1. Isi Pesan Toleransi <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> .....	176
2. Konsep Toleransi Khalayak Digital .....	186
BAB V	
A. Kesimpulan .....	196
B. Saran .....	197
DAFTAR PUSTAKA.....	198

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Social Media Use Around the World</i> .....	3
Gambar 1.2. <i>Favorite Social Media Platforms</i> .....	3
Gambar 2.1 <i>Most-used social media platforms indonesia</i> .....	20
Gambar 2.2 Empat versi dampak komunikasi massa.....	34
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual .....	48
Gambar 3.1. Komponen Analisis Data Interaktif .....	58
Gambar 4.1. Bagan hasil penelitian .....	63
Gambar 4.2. Contoh jenis akun personal, kreator dan bisnis. ....	72
Gambar 4.4. Contoh jenis konten video dan foto/gambar di <i>Instagram</i> ....	77
Gambar 4.5. Konten dengan waktu publikasi terbaru dan terlama.....	79
Gambar 4.6. Contoh jumlah <i>like</i> pada konten <i>Instagram</i> .....	81
Gambar 4.7. Contoh jumlah komentar pada konten <i>Instagram</i> .....	83
Gambar 4.8. Contoh jenis pesan informatif dan persuasif .....	85
Gambar 4.9. Contoh gaya bahasa formal dan informal .....	87
Gambar 4.10. Contoh level toleransi negatif, positif dan ekumenis.....	89
Gambar 4.11. Contoh jenis toleransi Agama, Budaya dan Sosial .....	92
Gambar 4.12 .Contoh konten memengaruhi respon kognitif khalayak .....	94
Gambar 4.13. Contoh respon afektif khalayak. ....	97
Gambar 4.14. Contoh respon konatif khalayak <i>Instagram</i> .....	99
Gambar 4.15. Contoh akun personal, kreator, dan bisis <i>TikTok</i> .....	109
Gambar 4.16. Contoh jumlah <i>follower</i> di akun <i>TikTok</i> . ....	111
Gambar 4.17. Contoh jenis konten video di akun <i>TikTok</i> . ....	112
Gambar 4.18. Konten toleransi terlama dan terbaru di <i>TikTok</i> . ....	113
Gambar 4.19. Jumlah <i>like</i> pada konten toleransi <i>TikTok</i> . ....	115
Gambar 4.20. Jumlah komentar pada konten toleransi <i>TikTok</i> . ....	117
Gambar 4.21. Konten dengan jenis pesan persuasif dan informatif. ....	119
Gambar 4.22. Konten dengan gaya bahasa formal dan informal. ....	121
Gambar 4.23. Contoh konten toleransi negative, positif, dan ekumenis. ....	124
Gambar 4.24. Konten jenis toleransi agama, budaya dan sosial.....	126
Gambar 4.25. Konten respon kognitif.....	129
Gambar 4.26. Respon afektif inspiratif, netral, dan menolak. ....	131
Gambar 4.27. Respon konatif.....	133
Gambar 4.28. Langkah-langkah membuat akun <i>Instagram</i> .....	137
Gambar 4.29. Langkah-langkah mengunggah konten <i>Instagram</i> .....	139
Gambar 4.30. Langkah-langkah membuat akun <i>TikTok</i> . ....	143
Gambar 4.31. Langkah-langkah mengunggah video <i>TikTok</i> . ....	144
Gambar 4.32. Contoh konten toleransi negatif “Agama Baha’I” .....	146
Gambar 4.33. Cuplikan tulisan dalam video.....	148
Gambar 4.34. Konten toleransi positif “Hari Toleransi Internasional” .....	148

Gambar 4.35. Contoh konten toleransi ekumenis “Komuni Pertama” ....	150
Gambar 4.36. Contoh konten toleransi negatif “Toleransi Perbedaan” ..	151
Gambar 4.37. Contoh toleransi positif “Toleransi Tidak Kebablasan” ....	152
Gambar 4.38. Contoh toleransi negatif “Toleransi dan Kolaborasi” .....	154
Gambar 4.39. Komentar pro konten “Agama Baha’I” .....	156
Gambar 4.40. Komentar netral konten “Agama Baha’I” .....	156
Gambar 4.41. Komentar netral konten “Hari Toleransi Internasional” ....	157
Gambar 4.42. Komentar pro “Komuni Pertama” .....	158
Gambar 4.43. Komentar netral “Komuni Pertama” .....	158
Gambar 4.44. Komentar pro “Toleransi Perbedaan” .....	159
Gambar 4.45. Komentar kontra “Toleransi Perbedaan” .....	160
Gambar 4.46. Komentar netral “Toleransi Perbedaan” .....	160
Gambar 4.47. Interaksi khalayak pada konten “Toleransi Perbedaan” ...	161
Gambar 4.48. Komentar pro “Toleransi yang Tidak Kebablasan” .....	162
Gambar 4.49. Komentar kontra “Toleransi yang Tidak Kebablasan” .....	163
Gambar 4.50. Komentar netral “Toleransi yang Tidak Kebablasan” .....	163
Gambar 4.51. Interaksi khalayak konten “Toleransi Tidak Kebablasan”	164
Gambar 4.52. Komentar pro “Toleransi dan kolaborasi” .....	165
Gambar 4.53. Komentar kontra “Toleransi dan kolaborasi” .....	166
Gambar 4.54. Komentar netral “Toleransi dan kolaborasi” .....	167
Gambar 4.55. Interaksi khalayak konten “Toleransi dan Kolaborasi” .....	168

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 .....	55
Tabel 4. 1 .....	64
Tabel 4.2 .....	69
Tabel 4.3 .....	72
Tabel 4. 4 .....	75
Tabel 4. 5 .....	76
Tabel 4. 6 .....	80
Tabel 4.7 .....	80
Tabel 4. 8 .....	84
Tabel 4. 9 .....	86
Tabel 4. 10 .....	89
Tabel 4. 11 .....	91
Tabel 4. 12 .....	94
Tabel 4. 13 .....	96
Tabel 4. 14 .....	98
Tabel 4. 15 .....	100
Tabel 4. 16 .....	106
Tabel 4. 17 .....	108
Tabel 4. 18 .....	110
Tabel 4. 19 .....	114
Tabel 4. 20 .....	116
Tabel 4. 21 .....	119
Tabel 4. 22 .....	121
Tabel 4. 23 .....	123
Tabel 4. 24 .....	125
Tabel 4. 25 .....	128
Tabel 4. 26 .....	130
Tabel 4. 27 .....	132

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

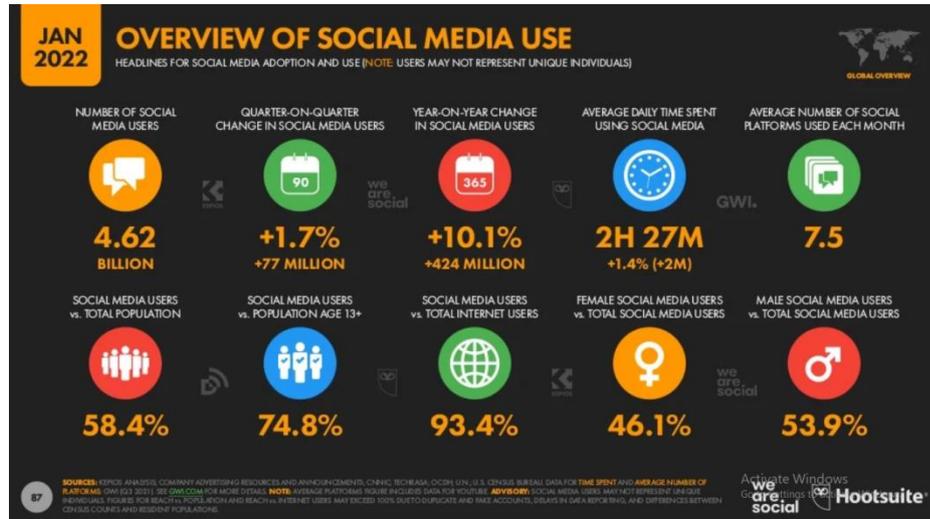
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bukan suatu hal yang baru dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Bahkan, hadirnya teknologi tersebut telah menjadi suatu kebutuhan tersendiri bagi masyarakat dan bagian dari gaya hidup modern. Mulai dari kemudahan interaksi, pertukaran informasi, hingga kemudahan transaksi menjadi fasilitas utama yang ditawarkan oleh berbagai sarana teknologi komunikasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Salah satu produk fenomenal dari pesatnya kemajuan perkembangan TIK saat ini ialah kehadiran jaringan internet. Internet sendiri merupakan perkembangan dari jaringan komputer yang saling terhubung secara global yang dihubungkan oleh beragam perangkat elektronik, nirkabel, dan jaringan optik . secara umum, Internet membawa beragam sumber daya dan layanan informasi, seperti dokumen hiperteks, audio dan visual yang saling terkait dalam aplikasi *World Wide Web* (WWW), surat elektronik, telepon, dan berbagai berkas lainnya.

Internet memberikan beberapa layanan yang populer saat ini, seperti surat elektronik (*email*), *World Wide Web*, layanan terkini (*Real-time service*) seperti *web radio* dan *webcast*, hingga layanan komunikasi secara langsung antar pengguna melalui program pengirim pesan instan

seperti *Twitter, Facebook, Yahoo! Messenger, Camfrog, MSN Messenger, Windows Live Messenger*, dan lain sebagainya. Lebih jauh lagi, perkembangan layanan komunikasi tersebut telah dibuat ke dalam bentuk aplikasi interaktif yang lebih praktis dan memungkinkan produksi dan pertukaran informasi, ide, minat, dan bentuk ekspresi lainnya melalui komunitas dan jaringan virtual yang dikenal dengan sebutan *Social Media* (media sosial).

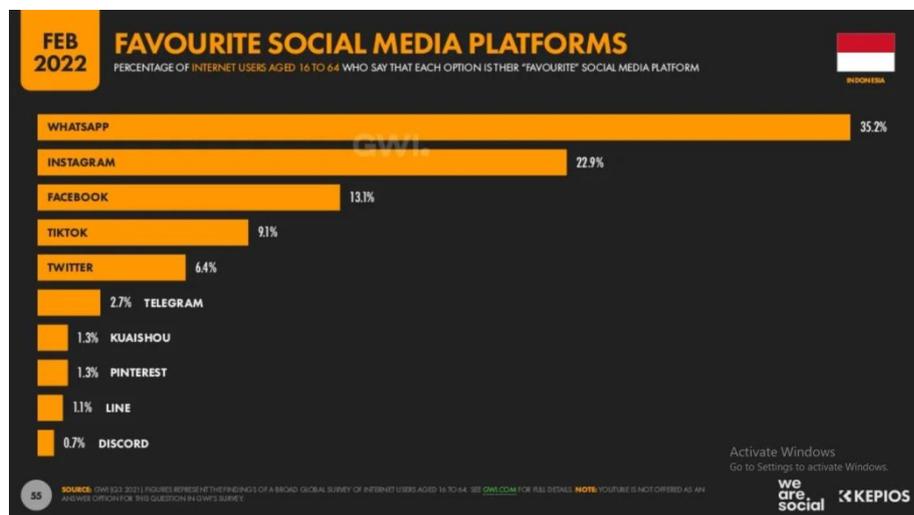
Menurut Boyd (2009) dalam Nasrullah (2020b:11) menjelaskan bahwa media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, saling berbagi, berkomunikasi hingga saling berkolaborasi. Seiring dengan perkembangan TIK dan jaringan internet. Media sosial merupakan salah satu fenomena yang nampak dan memberi pengaruh yang luar biasa dalam berbagai aspek kehidupan, seperti ekonomi, sosial budaya, agama, pendidikan, kesehatan, politik pemerintahan dan tentunya interaksi dan komunikasi itu sendiri.

Kepopuleran media sosial dikalangan masyarakat modern ditunjukkan pada data yang dihimpun oleh *Hootsuite (We Are Social)* yang menyatakan bahwa saat ini terdapat sekitar 4,62 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Angka ini meningkat sebesar 424 juta selama 12 bulan terakhir, memberikan pertumbuhan tahun ke tahun lebih dari 10 persen. Jumlah pengguna media sosial kini setara dengan lebih dari 58,4 persen dari total populasi dunia (datareportal.com diakses 21 Mei 2022).



Gambar 1. 1 *Social Media Use Around the World*  
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>)

Data dari gambar 1.1 menunjukkan tingginya ketertarikan masyarakat di seluruh dunia akan kehadiran media sosial.



Gambar 1. 2. *Favorite Social Media Platforms*  
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>)

Adapun media-media sosial yang paling populer saat ini di Indonesia ialah *WhatsApp* dengan pengguna mencapai 35.2%, *Instagram* dengan 22.9%, *Facebook* 13.1%, *Tiktok* sebesar 9.1%, dan *Twitter* sebesar 6.4% (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>). Dari beberapa media sosial tersebut, peneliti tertarik untuk mendalami media sosial *Instagram* dan *Tiktok*. Hal ini dikarenakan *Instagram* dan *Tiktok* merupakan dua media sosial yang berbasis pada penyajian gambar dan video pendek dengan berbagai fitur menarik yang dapat menunjang kreativitas pengguna untuk hiburan, berbagi informasi terbaru hingga berbisnis dalam lingkup lokal maupun global. Selain itu, kedua media sosial tersebut cukup populer di Indonesia dengan masing-masing pengguna sebanyak 99.15 juta (*Instagram*), 92.07 juta (*TikTok*) dari total 191.4 juta pengguna media sosial di Indonesia (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>).

Selain itu, kehadiran media sosial secara perlahan memunculkan sistem realitas baru yang berbasis dalam dunia virtual (maya). Sistem realitas virtual tersebut kemudian mulai membentuk sistem tatan kemasyarakatan baru yang saling berkomunikasi dan berinteraksi di ruang virtual yang dikenal sebagai *Cyber Society* (masyarakat maya) atau dengan kata lain khalayak digital.

Khalayak digital, merupakan suatu bentuk kehidupan manusia yang yang tidak dapat secara langsung dirasakan melalui penginderaan manusia, namun dapat disaksikan serta dirasakan sebagai sebuah

realitas. Sebagai salah satu hasil dari ciptaan manusia, khalayak digital mengadopsi seluruh metode kehidupan masyarakat nyata yang dijadikan sebagai model dan dikembangkan di dalam berbagai aspek kehidupan maya. Contohnya seperti membangun interaksi sosial, membangun stratifikasi sosial, membangun pranata sosial, membangun kebudayaan, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, hingga membangun sistem kejahatan serta kontrol sosial. Dengan mengadopsi seluruh metode kehidupan tersebut, maka dapat dikaitkan bahwa segala bentuk permasalahan atau isu yang sedang terjadi di dunia nyata juga dapat dibawa ke dalam dunia maya.

Pada dunia nyata, terdapat berbagai isu-isu krusial yang sedang terjadi di berbagai tempat, mulai dalam lingkup suatu wilayah hingga pada skala global. Contohnya seperti isu kemanusiaan, lingkungan, ketidakadilan, korupsi, kesenjangan sosial, kesetaraan gender, sistem pendidikan, dan lain sebagainya. Salah satu isu yang sampai saat ini masih terus diperbincangkan ialah isu tentang toleransi.

Isu toleransi saat ini masih terus menjadi pekerjaan rumah dikalangan masyarakat, khususnya pada masyarakat multikultural seperti di Indonesia. Perbedaan yang dimiliki oleh setiap kelompok masyarakat bahkan individu menjadi alasan mengapa toleransi diperlukan. Toleransi sendiri merupakan sikap menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan, kelakuan, dsb) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri.

Adanya keterbukaan pemikiran untuk menerima perbedaan dan menghargai antar sesama dapat menciptakan suatu keharmonisan dalam kehidupan suatu lingkup masyarakat. Sekalipun setiap individu diciptakan berbeda-beda, namun tetap memiliki derajat dan hak yang sama untuk diperlakukan setara dan dihargai sepenuhnya oleh orang lain.

Perbedaan terkadang menjadi penyebab timbulnya konflik dan tindakan intoleransi lainnya yang tak jarang berujung pada kekerasan hingga kerusushan. Mulai dari perbedaan pandangan politik, ideologi, kepercayaan, hingga adat dan budaya dapat menjadi pemicu munculnya konflik dan tindakan intoleransi. Misalnya Di Kalimantan pada tahun 1997, konflik terjadi di sepanjang garis etnis antara Dayak dan Madura. Di Ambon, Maluku tahun 1999, konflik pertama kali dimulai antara orang Ambon Kristen asli dan pendatang dari Bugis, Buton, dan Makassar. Di Sulawesi Tengah, konflik yang terjadi antara Protestan Pamona dan Muslim Bugis di Poso dipandang sebagai bentrokan agama antara Muslim dan Kristen. Namun, beberapa analis juga mengidentifikasi bahwa pada tahap awal konflik, garis agama telah tumpang tindih dengan perbedaan etnis. Di Aceh dan Papua, konflik yang terjadi didasarkan pada etnonasionalisme orang Aceh dan orang Papua yang menuntut kemerdekaan wilayah tersendiri.

Konflik-konflik tersebut merupakan contoh dari bentuk tindakan inteoleransi yang terjadi di dunia nyata. Adapun konflik-konflik yang terjadi di dunia maya mungkin tidak secara langsung menimbulkan kekerasan

fisik, namun tetap harus di hindari mengingat konflik di dunia maya juga dapat berdampak pada dunia nyata. Contohnya dalam konflik maya antara Indonesia dan Malaysia yang terjadi sekitar tahun 2007-2009 yang pada umumnya disebabkan oleh berbagai persoalan kehidupan di dunia nyata dan soal perasaan kebangsaan Indonesia-Malaysia, seperti *misunderstanding* dan *cultural heritages claim*.

Bentuk-bentuk konflik lain yang terjadi di dunia maya seperti ujaran kebencian, diskriminasi dan SARA yang sejak 23 Februari-12 April 2021, terdapat sebanyak 239 akun yang terdiri dari 195 akun media sosial *Twitter* yang terjaring *virtual police* karena menyebarkan ujaran kebencian dan SARA, 112 akun Facebook, 13 akun *Instagram*, 8 akun *Youtube* dan 1 akun *Whatsapp* (<https://kabar24.bisnis.com> diakses 27 Mei 2021). Hal ini menunjukkan bahwa isu toleransi masih perlu untuk terus dikaji dan disebarkan secara luas baik pada khalayak digital maupun masyarakat nyata untuk bisa meredam terjadinya konflik.

Terkait dengan hal tersebut, terdapat beberapa penelitian yang mengkaji tentang media sosial dan toleransi, diantaranya ialah penelitian yang berjudul “Konstruksi Isu Toleransi Agama dalam Media *Online*” oleh Putri Husnul Aprilia pada tahun 2019. Penelitian ini mengkaji tentang upaya media *online* Republika Online, Kompas.com, Tribunnews.com, dan Detik.com dalam membingkai pemberitaan tentang toleransi beragama yang ada di Indonesia dengan menggunakan metode analisis yang analisis *framing* Robert N. Entman. Hasil dari penelitian ini memaparkan

bahwa terdapat perbedaan pembedaan yang dari keempat media *online* dalam memberitakan isu toleransi antaragama di Indonesia. Republika Online sebagai media yang dipelopori oleh komunitas muslim mengkonstruksi makna toleransi agama dengan landasan nilai-nilai yang telah ditetapkan dalam agama Islam. Sedangkan media *online* Kompas.com, Tribunnews.com dan Detik.com memandang toleransi agama dalam konteks universal yang merujuk kearah nilai-nilai keberagaman dan Hak Asasi Manusia (HAM).

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Berita Toleransi Beragama di Media *Online* terhadap Sikap Toleransi Siswa Kelas 3 SMA di Pekanbaru” oleh Suha Paramitha pada tahun 2019. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode eksperimental kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberitaan tentang toleransi beragama pada media *online* terhadap siswa kelas 3 SMA di Pekanbaru. Dengan menggunakan metode *random* sampling, penelitian ini mengambil populasi sebanyak 529 siswa dan sampel sebanyak 28 responden. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier sederhana dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh sebesar 0,05 dari pemberitaan tentang toleransi beragama di media *online* terhadap sikap toleransi siswa kelas 3 SMA di Pekanbaru yang dapat diartikan sebagai pengaruh positif. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan kontribusi

variasi dari variabel independen (berita toleransi beragama) terhadap variabel dependen (sikap toleransi) sebesar 0,140 atau 14%.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dinar Kristiana Dewi dan Lulus Sugeng Triandika pada tahun 2020 berjudul “Konstruksi Toleransi pada Akun Media Sosial Jaringan Gusdurian”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana suatu pesan tentang toleransi dikonstruksi di media sosial khususnya *Instagram* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis *framing* Robert N. Entman. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa toleransi dikonstruksikan sebagai kunci perdamaian dan persatuan. Persoalan intoleransi yang disebabkan oleh ekstrimisme dapat dicegah dengan merawat keberagaman dan mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan gambaran dari penelitian sebelumnya, peneliti ingin membahas lebih lanjut mengenai realitas *online*, *offline* serta konsep toleransi yang dibentuk oleh khalayak media sosial, tidak hanya di media sosial *Instagram* melainkan juga pada media sosial *TikTok*. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Studi Etnografi Virtual Khalayak Digital pada Media Sosial *Instagram* dan *TikTok* terhadap Isu Toleransi”**

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memperjelas masalah yang akan diteliti, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana isi pesan terkait isu toleransi pada konten di media sosial *Instagram* dan *TikTok* ?
2. Bagaimana konsep toleransi yang dibentuk oleh khalayak digital dalam media sosial *Instagram* dan *TikTok* ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui isi dari konten yang memuat nilai-nilai toleransi pada media sosial *Instagram* dan *TikTok*.
2. Untuk mengungkap konsep toleransi yang dibentuk oleh khalayak digital pada media sosial *Instagram* dan *TikTok*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah ilmu serta memperkaya pemahaman dan wawasan dalam bidang penelitian terkait pada penelitian-penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai dinamika yang terjadi terhadap khalayak digital di media sosial terkait dengan konsep tentang toleransi dan dapat dijadikan referensi pada penelitian etnografi virtual selanjutnya.

## 3. Manfaat Akademis

Sebagai bahan masukan bagi pengembangan kajian dalam ilmu komunikasi khususnya pada kajian etnografi virtual terkait berbagai permasalahan dan dinamika khalayak digital di dunia virtual, sehingga dapat memberikan kontribusi karya ilmiah terhadap penelitian ilmu komunikasi kedepannya.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Kajian Konsep

##### 1. Media Baru (*New Media*)

*New media* (media baru) dikenal dengan banyak istilah, seperti *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *Media online*. Istilah “media baru” mulai muncul pada akhir tahun 1980-an, saat dunia media dan komunikasi mulai terlihat sangat berbeda dengan sebelumnya. Dimulai dari dunia percetakan, fotografi, televisi, hingga telekomunikasi, media terus mengalami perkembangan seiring pengembangan teknologi, budaya dan kelembagaan saat itu.

Media baru pada umumnya merujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan berbagai bentuk komputasi. Hal ini tentu saja sangat berbeda dengan konsep "media lama", seperti telepon, radio, dan televisi. Meski demikian, media baru muncul sebagai bentuk penggabungan berbagai media lama tersebut dengan *chip* komputer dan *hard drive*. Bolter dan Grusin (1999: 15) menyampaikan bahwa media lama dan baru saling membentuk ulang atau memulihkan antara satu sama lain. Segala hal baru tentang media baru berasal dari cara-cara khusus untuk mengubah bentuk media yang lebih lama agar tetap bertahan dan menjawab tantangan perkembangan

teknologi media baru. Aspek mendasar dari perkembangan media baru saat ini dibagi ke dalam dua poin, yaitu:

- a. Digitalisasi, yaitu pesan yang dikonstruksi dalam bentuk teks pada sebuah perangkat komunikasi, kemudian diubah menjadi rangkaian kode-kode digital yang dapat diproduksi, dikirimkan pada penerima yang dituju dan juga bisa disimpan.
- b. Konvergensi, yaitu penyatuan semua fungsi dan bentuk media yang selama ini berdiri masing-masing baik dalam proses distribusi, regulasi, penerimaan, organisasinya, maupun fungsi sebagai sumber informasi dan sumber hiburan (McQuail, 2005).

Pada dasarnya, perbedaan antara media "baru dan "lama" terletak pada proses penyampaian pesannya. Media lama sebagian besar adalah media massa yang hanya bisa menyampaikan pesan secara satu arah, berbeda dengan media baru yang meskipun dapat berupa media massa, namun memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah hingga menciptakan komunikasi yang interaktif. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa media lama merupakan media massa pasif sementara media baru merupakan media massa interaktif yang diakses secara individual. (Nugroho, 2020:32).

Dalam Vera (2016), disebutkan beberapa karakteristik dari media baru yang membedakan dengan media massa lainnya, antara lain :

- a. Kemampuan untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu

- b. **Fleksibilitas:** media baru dapat menyajikan berbagai bentuk informasi yang berupa, kata, gambar, audio, video, dan grafis.
- c. **Immediacy:** media baru dapat menyampaikan informasi dengan cepat seiring peristiwa berlangsung mencakup berbagai aspek berita pada waktu bersamaan.
- d. **Hypertextuality:** media baru dapat menghubungkan satu forma informasi dengan format dan sumber informasi lain melalui hyperlink
- e. **Interaktivitas:** media baru memiliki sistem komunikasi yang termediasi oleh computer dan jaringannya.
- f. **Multimediality:** media baru menjadi wujud dari penyatuan berbagai media lama seperti televisi, telepon, surat kabar, radio dan sebagainya ke dalam suatu jaringan internet dan perangkat komputer.
- g. **Biaya lebih murah:** contohnya, jika dibandingkan dengan media lain, produksi halaman web memerlukan biaya yang murah dan ramah lingkungan.
- h. **Perpanjangan akses:** kemudahan mendapatkan akses ke sumber-sumber informasi dan fasilitas apa saja di manapun dan kapanpun.

## **2. Konsep Media Sosial**

Secara sederhana, istilah media bisa diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey,2007; McQuail,2003). Pengertian tersebut cenderung lebih menekankan terhadap sifatnya yang massa disertai dengan teknologi yang menyertainya. Terlepas dari cara melihat media dari bentuk dan teknologinya. Pengungkapan kata “media” bisa dipahami

dengan melihat proses komunikasi itu sendiri (Meyrowitz, 1999; Moores, 2005; Williams, 2003 dalam Nasrullah,2020b:3). Meyrowitz (1999) memberikan pandangan dalam upaya memahami media dalam tiga poin, pertama, media atau medium sebagai saluran yang membawa pesan; kedua, media merupakan bahasa yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan; ketiga, media dipandang sebagai lingkungan yang tidak bisa dipandang pada teks semata tetapi juga dari segi konteks itu sendiri (Nasrullah,2020b:4-6).

Kata “sosial” secara sederhana merujuk pada relasi sosial yang dapat dilihat dalam aksi sosial maupun relasi sosial (Weber,1978). Menurut Marx, makna sosial merujuk pada individu yang saling bekerjasama dalam kondisi apapun dalam rangka membentuk kualitas baru dari tatanan masyarakat (Marx, 1867 dalam Nasrullah, 2020b:8).

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian media dan sosial, beberapa ilmuwan merangkum definisi media sosial. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun

berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang mengautakan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, kesimpulan dari definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah,2020b:11).

Media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Secara umum, karakteristik media sosial meliputi:

a. Jaringan (*Network*),

Media sosial terbentuk dari suatu struktur sosial dalam jaringan internet. Menurut Castells (2002), struktur sosial yang terbentuk di internet pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan antarpengguna yang terbentuk merupakan jaringan yang dimediasi oleh perangkat teknologi seperti computer, *smartphone*, atau *tablet*.

b. Informasi (*Information*)

Informasi dalam media sosial merupakan suatu bentuk komoditas yang menjadi entitas penting dalam masyarakat informasi. Dalam media sosial, informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi oleh pengguna yang mengkreasikan representasi identitasnya,

memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang telah diproduksi.

c. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menandakan bahwa suatu informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun dalam media sosial. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh suatu informasi. Arsip di internet tidak benar-benar tersimpan, melainkan berada dalam jaringan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia dan mesin maupun sebaliknya (Appadurai, 2003 dalam Nasrullah, 2020b:23).

d. Interaksi (*Interactivity*)

Salah satu bentuk interaksi yang terjadi di media sosial secara sederhana berupa aktivitas komentar atau memberi sebuah tanda (*like*) pada suatu postingan. Interaksi dalam kajian media baru dapat diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu yang terjadi kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai wilayah (Gane & Beer, 2008 dalam Nasrullah, 2020b:27).

e. Simulasi sosial (*Simulation of Society*)

Jean Baudrillard (1994) mengungkapkan gagasan tentang simulasi dimana kesadaran akan suatu hal yang nyata atau *real* dibenak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

Hal ini disebabkan oleh imajinasi yang disajikan media secara terus menerus. Dalam media sosial, interaksi yang terjadi memang menggambarkan realitas, bahkan mirip. Namun, interaksi tersebut hanyalah sebuah simulasi yang terkadang berbeda dengan kenyataannya.

f. Konten oleh pengguna (*User-Generated Content*).

Konten yang dibuat oleh pengguna atau *user-generated content* (UGC) merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al., 2003 dalam Nasrullah, 2020b:31). Khalayak dalam media sosial tidak hanya memproduksi konten di ruang tertentu, melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Bentuk ini merupakan format baru dari budaya interaksi di mana para pengguna bisa berlaku sebagai produsen dan juga sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan pada ruang *online* dalam waktu yang bersamaan.

g. Penyebaran (*Sharing*)

*Sharing* merupakan karakter lainnya dari media sosial yang menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh para penggunanya, tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh para penggunanya pula (Benkler, 2012; Cross, 2011). Aktivitas ini menjadi ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa

khalayak dapat berperan aktif dalam menyebarkan sekaligus mengembangkan konten yang diproduksi.

Selain memiliki karakteristik di atas, Nasrullah (2020b) dalam bukunya *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiaoteknologi*, membagi media sosial dalam enam jenis kategori, yaitu :

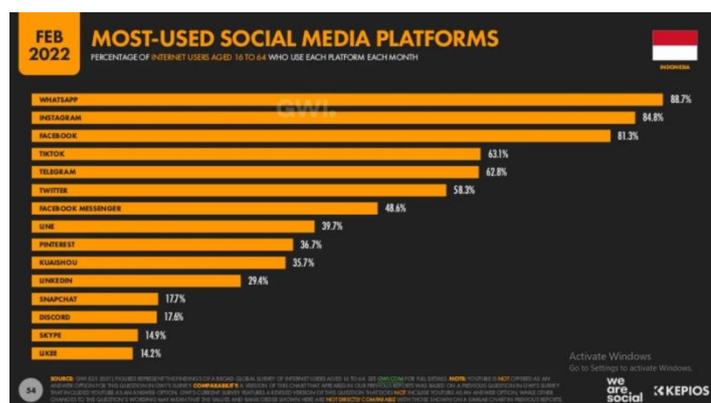
- a. Media jejaring sosial (*Social networking*), seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok*
- b. Jurnal online (*blog*), seperti *www.blogspot.com* dan *www.wordpress.com*.
- c. Jurnal online sederhana atau mikroblog, contohnya seperti *Twitter*.
- d. Media berbagi (*media sharing*), contohnya seperti *Youtube*, *Flickr*, *Photobucket*, dan *Snapfish*.
- e. Penanda sosial (*social bookmarking*), seperti *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com* dan *LintasMe*.
- f. Media konten bersama atau *Wiki*, contohnya seperti *Wikipedia*.

Kehadiran media sosial tidak dapat dipungkiri lagi telah menjadi suatu tatanan dunia baru yang menciptakan ruang untuk berkomunikasi, berinteraksi dan menyebarkan informasi tanpa batas. Tidak hanya sebatas sebagai medium penyaluran informasi, media sosial juga telah menjadi lingkungan baru tempat berkembangnya budaya dan kebiasaan baru yang terus berkembang seiring kemajuan zaman.

Di Indonesia terdapat 204,7 juta pengguna internet pada Januari 2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 2,1 juta

atau sekitar 1,0% antara tahun 2021 dan 2022. Sementara data statistik pengguna media sosial di Indonesia menunjuk pada angka 191,4 juta pengguna per Januari 2022. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 21 juta atau lebih dari 12,6% antara tahun 2021 dan 2022. Dengan kata lain, jumlah ini setara dengan 68,9% dari total populasi pada Januari 2022. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kehadiran internet dan segala fiturnya seperti media sosial telah menjadi kebutuhan harian tambahan masyarakat pada era digital saat ini, khususnya kaum remaja di Indonesia.

Kaum muda Indonesia melihat media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari. Media Sosial digunakan sebagai alat untuk tetap berhubungan satu sama lain bahkan pada saat bepergian. Kehadiran media sosial dianggap bukan hanya sebagai suatu cara untuk bertemu dan berinteraksi satu sama lain, bahkan terkadang media sosial sering kali dianggap sebagai salah satu bentuk utama kontak langsung.



Gambar 2.1 *Most-used social media platforms indonesia*  
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>)

Berdasarkan data yang dihimpun oleh *Hootsult We Are Social* pada laman [datareportal.com](http://datareportal.com), terdapat beberapa aplikasi sosial media yang sering digunakan di Indonesia. Peringkat lima teratas masing-masing diduduki oleh *WhatsApp* dengan presentase pengguna 88.7% pada peringkat pertama, disusul *Instagram* pada peringkat ke dua dengan presentase mencapai 84.8%, *Facebook* pada posisi ke tiga dengan presentase 81.3%, *TikTok* dengan 63.1%. dan *Twitter* sebanyak 62.8%.

Dari kelima aplikasi terpopuler tersebut, *Instagram* dan *TikTok* menjadi dua aplikasi populer yang cukup banyak digemari masyarakat Indonesia, terutama para remaja. Kedua *platform* ini merupakan media sosial yang berbasis pada penyajian gambar dan video pendek yang memuat tentang informasi maupun pengalaman pribadi penggunanya dan dikemas sekreatif mungkin ke dalam bentuk sebuah konten. Selain itu, *Instagram* dan *TikTok* juga merupakan media sosial yang aplikasinya dirancang khusus untuk penggunaan di *smartphone* sehingga lebih memudahkan para *user* untuk mengoperasikannya. Untuk membuat konten, *Instagram* dan *TikTok* mempunyai masing-masing fitur canggih untuk menunjang kreativitas para penggunanya. Selain itu, konten-konten yang dimuat dalam kedua media sosial tersebut selalu memiliki daya tarik tersendiri bagi setiap penggunanya hingga tak jarang memengaruhi dunia nyata.

### 3. Khalayak Digital

Secara sederhana, kata khalayak/ audiensi yang diterjemahkan dari kata “*audience*” secara sejarah berasal dari kata *audire* yang berarti mendengar dalam bahasa Yunani (Whitney,2009:126). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, khalayak diartikan—salah satunya—sebagai “kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi”.(Nasrullah,2018:1).

Kesulitan teoretis utama dalam konsep khalayak ia adalah suatu *term* yang diaplikasikan pada realitas yang makin beragam dan kompleks. Istilah ini, karenanya, memiliki banyak makna tambahan selain makna intinya. Makna intinya adalah sekelompok orang yang diberi, dan memerhatikan, pesan komunikasi yang diproduksi seseorang dan dimaksudkan untuk disampaikan kepada mereka agar dipahami, dirasakan, dan direspons dengan cara-cara tertentu (Schroder dalam Nasrullah,2018).

Berdasarkan kajian bidang jurnalisme secara khusus, dan juga kajian media massa secara umum, khalayak berasal dari kata latin *audire* yang berarti “mendengar”. Oleh karena itu, karakter khalayak kemudian berkembang berdasarkan teknologi media itu sendiri. Keberadaan khalayak kemudian dipengaruhi pada awalnya oleh teknologi tulisan, kemudian teramplifikasi oleh teknologi percetakan dan bertransformasi akibat teknologi yang semakin baru yakni hadirnya komunikasi elektronik. Sementara dalam konsep McQuail (2003:144-145) bahwa penyebutan khalayak lebih condong mendekati konsep “penerima”. Konsep khalayak merujuk pada sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki perhatian, reseptif, tetapi relatif pasif dan bersifat publik. Cagara

(2007:25) sendiri menyebut khalayak sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber—yang dapat berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai, bahkan negara.

Khalayak dengan kesadarannya akan memilih media dan pesan yang ingin diakses. Selain itu, khalayak dapat didefinisikan sesuai dengan keinginan pengirim pesan (*defined by the sender*), sesuai dengan keanggotaan khalayak tersebut (*defined by the audience members*), dan bergantung pada media yang digunakan (*defined by media use*).

Memasuki era digital dimana komputer, *gadget*, dan jaringan internet membawa perubahan besar dalam sejarah peradaban manusia, hal ini juga tentunya membawa perubahan dalam karakteristik khalayak. Salah satu karakteristik khalayak baru adalah interaksi di media siber. Interaksi yang selama ini seakan-akan tidak mendapatkan tempat di media massa tradisional. Khalayak dianggap sekadar menerima berita/informasi dari media dan tidak memiliki kuasa untuk memberikan timbal balik. Media siber dan munculnya media sosial kemudian memberikan semacam penyaluran bagi khalayak untuk berinteraksi tidak hanya di antara khalayak semata, melainkan juga dengan pihak media. Secara teknologi bahkan media-media *online* memberikan ruang yang cukup di bagian bawah pemberitaan untuk komentar maupun kritik dari khalayak.

#### 4. Konsep Toleransi

Istilah toleransi berasal dari Bahasa Latin, yakni "*tolerare*" yang berarti sabar terhadap sesuatu. Dalam KBBI, istilah toleransi diartikan sebagai sifat atau sikap menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan, kelakuan, dsb) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri. Menurut Tillman (2004), toleransi merupakan tindakan menghargai melalui sikap saling pengertian dengan tujuan menciptakan perdamaian. Menurut Suyadi (2013), toleransi merupakan perilaku dan sikap yang mencerminkan penghargaan terhadap berbagai perbedaan aliran kepercayaan, agama, ras, bahasa, suku, adat, etnis, pendapat serta hal-hal lain yang berbeda dengan diri sendiri secara terbuka dan sadar serta dapat menjalani hidup dengan tenang ditengah perbedaan tersebut.

Kamus Filsafat Oxford mendefinisikan Toleransi sebagai "Menahan diri dari bertindak" melawan apa yang dibantah, atau ditentang secara politik, atau asing" (Blackburn, 2005). Meskipun singkat, definisi ini mampu memadatkan dengan baik substrat yang mendasari dibangunnya wacana tentang toleransi, yakni konflik. Konflik pada hakikatnya adalah suatu kondisi yang menjadi penyebab munculnya pembicaraan tentang toleransi. Konflik bisa dimaknai dalam arti yang jauh lebih tinggi dan lebih luas, seperti adanya pandangan yang berbeda dan nilai-nilai moral, yang tidak dimiliki bersama atau serupa, tetapi hidup berdampingan dalam

ruang yang sama dan waktu dalam suatu masyarakat. bukan hanya wacana tentang konflik bersenjata atau perang.

Wacana toleransi dimunculkan oleh John Locke, dalam karyanya *A Letter Concerning Toleration* (Locke, 1698) yang kemudian menjadi titik awal dari semua perdebatan yang mengatur aspek-aspek penting dari ruang lingkup toleransi. Hal yang menjadi perhatian utamanya adalah toleransi beragama. Memasuki zaman pencerahan pemikiran, agama masih memegang peranan penting, sehingga konflik yang muncul pada masa ini tidak hanya antara denominasi agama yang berbeda, tetapi juga upaya pemisahan antara Gereja dan Negara (Vuk Gavrilovic, 2015).

Secara sederhana, Locke menganggap toleransi terhadap agama yang berbeda dalam suatu masyarakat akan menjadi cara yang efisien untuk mencegah konflik. Locke berpandangan bahwa konflik muncul ketika masyarakat berjuang untuk keseragaman, sebagai lawan dari pluralisme, dan menindas minoritas atau siapa pun yang "berbeda". Hal ini memang benar, dan inilah poin yang mendasari gagasan tentang istilah toleransi. Namun sayangnya, Locke tidak sepenuhnya toleran karena mengesampingkan kemungkinan untuk menoleransi kaum Katolik Roma, karena kesetiaan mereka akan terletak pada Gereja dan Paus, dan bukan kepada Negara, dan juga mengesampingkan kemungkinan menoleransi ateis, karena mereka dianggap sebagai orang-orang tanpa moral.

Perdebatan kontemporer tentang toleransi jauh lebih rumit dari ini. Para filsuf dewasa ini lebih mementingkan ruang lingkup toleransi yang

masih memiliki masalah pada cangkupan yang terbatas dan bersifat sementara sekalipun hal tersebut dinilai penting. Intuisi Locke masih relevan hingga saat ini, karena mengangkat dua isu utama, yakni :

- a. Pertama, Locke berbicara tentang agama. Agama dapat dikatakan sebagai salah satu sumber kaya akan “nilai-nilai” yang dipegang teguh orang-orang sejak dahulu dan tak jarang menjadi penyebab munculnya konflik. Selain itu, selalu ada pertukaran antara keinginan untuk hidup berdampingan secara damai dengan orang lain, dan tindakan “amoralitas” yang rela ditumpahkan. Hal ini kemudian menyebabkan berbagai konflik mulai dari Perang Agama Eropa, hingga perdebatan filosofis dan teologis yang rumit, serta bentrokan budaya dan perpecahan politik. Terdapat banyak sekali variabel dan interpretasi ditemukan, namun satu-satunya hal yang konstan dalam membahas toleransi adalah agama (namun pendekatannya telah berubah sejak zaman Locke).
- b. Kedua, Locke mengangkat masalah Negara. Jika toleransi dianggap sebagai nilai penting untuk menjaga perdamaian, haruskah itu ditegakkan oleh Negara ? Jika ya, sejauh mana dan dengan cara apa? Haruskah sebuah negara liberal, di mana kebebasan beragama dijamin, menoleransi sikap intoleransi terhadap nilai-nilai liberal itu sendiri atas nama “kebebasan beragama. Ada risiko yang melekat antara menjadi terlalu ketat, dan tidak liberal, dengan

terlalu toleran, dan berakhir di lereng licin menuju toleransi terhadap semua jenis perilaku yang tidak dapat ditoleransi.

Berbeda dengan Locke, Karl Popper (1945) dalam bukunya *The Open Society and Its Enemies* menegaskan bahwa :

“Toleransi tak terbatas akan mengarah pada hilangnya toleransi. Jika kita bebaskan toleransi tak terbatas bahkan kepada mereka yang tidak toleran dan tidak siap untuk membela masyarakat yang toleran terhadap serangan gencar yang tidak toleran, maka orang yang toleran akan hancur beserta sikap toleransinya” (Futaqi: 2019).

Dengan kata lain, toleransi yang tanpa batas justru akan menjadi bumerang penghancur bagi toleransi itu sendiri. Untuk itu, batasan dalam bertoleransi sangat tergantung pada konteks yang dihadapi. Menurut Mary Warnock dalam Futaqi 2019 menyatakan bahwa batas toleransi tidak dapat ditarik melalu garis utilitarian yang ketat. Untuk batas toleransi harus didefinisikan sedikit demi sedikit secara hati-hati, setiap kasus harus dinilai secara ketat dan menggunakan akal sehat.

Pada dasarnya, tidak ada jawaban yang mudah untuk berbagai permasalahan tersebut tersebut. akan tetapi, beberapa pemikir mencoba untuk memberi beberapa patokan dan batasan terkait wacana toleransi. Salah satunya seperti yang dikemukakan oleh Zuhairi Misrawi dalam bukunya “Al-Qur’an Kitab Toleransi”. Menurut Misrawi (2009), terdapat beberapa level toleransi yang dinilai dari yang paling rendah hingga ke tingkat tertinggi.

- a. Pertama, hidup berdampingan secara damai dan saling menghormati satu sama lain (*co-existence*). Level ini merupakan

level yang paling rendah, di mana setiap orang dapat hidup secara damai meskipun di antara mereka tidak saling mengenal.

- b. Kedua, hadirnya kesadaran dan keterbukaan (*awarness*) untuk memandang pemeluk agama yang berbeda sebagai sesama makhluk ciptaan Tuhan dan warga negara yang mempunyai kesempatan sama di depan hukum. Level ini dinilai lebih baik dari level sebelumnya yaitu koeksistensi, karena level ini telah menumbuhkan keterbukaan pandangan terhadap kelompok lain yang berbeda. Keterbukaan dan kesadaran seperti ini merupakan dampak logis dari tumbuhnya kesadaran perihal pentingnya toleransi.
- c. Ketiga, pengenalan terhadap pemeluk agama lain dengan melakukan dialog konstruktif (*mutual learning*). Dalam pelaksanaannya, pengenalan dapat dianggap sebagai fase amat penting dalam mewujudkan toleransi, karena tahap awal dimulainya toleransi adalah dengan pengenalan yang bersifat holistik terhadap kelompok yang berbeda.
- d. Keempat, pemahaman atas kelompok lain (*understanding*). Tahap ini juga merupakan salah satu tahapan penting dalam toleransi, karena kehidupan yang damai dan toleran mustahil terbangun tanpa pemahaman terhadap kelompok lain. Lembaga-lembaga kemasyarakatan hingga institusi pendidikan berperan besar dan bertanggung jawab untuk membangun kesepahaman antar

berbagai kelompok, sehingga tatanan masyarakat yang toleran bisa dicapai .

- e. Kelima, penghormatan dan pengakuan terhadap kelompok lain (*respect*). Dalam hal toleransi, barometer untuk melihat sejauh mana setiap warga bisa memahami pentingnya kehidupan bersama yang damai, toleran dan saling menghormati ialah dengan apresiasi dan penghormatan terhadap grup atau kelompok lain yang berbeda.
- f. Keenam, merayakan kemajemukan (*value and celebration*) dengan memberi penghargaan pada persamaan dan perbedaan. Dalam masyarakat yang majemuk seperti Indonesia, perbedaan merupakan sebuah hal yang tidak dapat dihindarkan. Namun, di antara berbagai kelompok yang berbeda tersebut terdapat persamaan yang menjadi kekuatan untuk membangun kehidupan bersama yang jauh lebih baik dan terhormat. Dengan demikian, toleransi diharapkan dapat menumbuhkan adanya penghargaan terhadap perbedaan dan persamaan.

Selain itu, untuk melihat realitas intoleransi dalam sebuah masyarakat, juga menggunakan enam barometer (Misrawi, 2009):

- a. Pertama, adanya penolakan terhadap kelompok lain yang berbeda atas status dan akses yang sama.
- b. Kedua, sikap atau pandangan yang menilai seseorang atau kelompok lain lebih rendah dari diri atau kelompoknya (*de-*

*humanization*). Dengan kata lain, dehumanisasi pada dasarnya dipandang sebagai sebuah bentuk intoleransi beragama yang sangat serius, karena hal tersebut sangat bertentangan dengan salah satu nilai terpenting dalam toleransi yaitu kesetaraan yang kemudian nilai tersebut menjadi terabaikan.

- c. Ketiga, pengabaian hak-hak ekonomi, politik, dan sipil (*opression*). Pemerintahan atau rezim yang otoritarianistik atau represif cenderung melakukan tindakan yang berpotensi mencederai serta mengabaikan hak-hak masyarakat sipil.
- d. Keempat, penganiayaan serta pembunuhan. Hal ini tentunya sudah sangat jelas merupakan sebuah tindakan intoleransi yang sangat serius, karena dapat menimbulkan korban jiwa yang seharusnya ilindungi dan dihormati.
- e. Kelima, tindak kekerasan secara massal (*mass-violence*). Untuk konteks zaman sekarang, terorisme merupakan salah satu bentuk intoleransi pada leven ini. Terorisme merupakan tindakan terkutuk yang tidak dapat dibenarkan atas dasar apapun. Dalam beberapa kasus, tindakan terorisme tidak hanya merugikan korban dan keluarganya, melainkan juga pelaku terorisme itu sendiri yang mengorbankan diri akan suatu pemahaman yang keliru.
- f. Keenam, pembasmian massal atas dasar identitas (*genocide*). Istilah "genocide" tersebut pertama kali digunakan pada 1948 oleh

Raphael Lemkin (1900-1959) yang kemudian didefinisikan oleh PBB dalam konvensi tentang genosida pasal II tahun 1948 sebagai *any of a proscribed set of acts "committed with intent to destroy, in whole or in part, a national, ethnical, racial, or religious group, as such"* (sejumlah tindakan yang bertujuan menghancurkan, sebagian ataupun seluruhnya, sebuah bangsa, etnik, ras, atau kelompok agama, dan sebagainya). Kemunculan istilah tersebut tak lain menggambarkan kekejaman kaum Nazi Jerman yang memusnahkan sekitar 17 juta kaum Yahudi pada perang dunia II (Wrdaya, 2021:141).

## **B. Landasan Teori**

### **1. Teori Ekologi Media**

Teori ekologi media pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964. Teori ini membahas tentang perkembangan teknologi komunikasi yang menjurus pada dampak sosial yang ditimbulkan oleh teknologi tersebut. McLuhan menyatakan bahwa kehidupan manusia mendapat pengaruh dari teknologi. Manusia dan teknologi seakan memiliki hubungan yang bersifat simbiosis, sehingga manusia tidak akan bisa hidup tanpa teknologi. Artinya teknologi yang merupakan sesuatu yang diciptakan oleh manusia, memberikan timbal balik berupa kesan menciptakan kembali diri manusia yang menggunakan teknologi tersebut (Batubara, 2014).

Pada dasarnya terdapat tiga asumsi dalam teori ekologi media, yaitu :

a. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat

McLuhan melihat media tidak hanya dalam konsep yang sempit, seperti radio, televisi, surat kabar / majalah, atau internet. Akan tetapi, ia melihat media atau medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia termasuk benda-benda atau objek seperti angka, jam dinding, jalan raya, uang, bahkan sebuah permainan adalah medium. Artinya, jika manusia terlibat dalam suatu proses komunikasi meski tidak selalu menggunakan media massa, proses komunikasi tersebut tetap berlangsung menggunakan medium-medium yang tidak dapat dihindari seperti suara, kata, isyarat, hingga simbol-simbol yang ada.

b. Media memperbaiki persepsi dan mengorganisasikan pengalaman khalayak.

Dalam asumsi ini, media dilihat sebagai sesuatu hal yang mempengaruhi manusia secara langsung. media cenderung memengaruhi cara manusia dalam memberi penilaian, merasa, dan bereaksi. media dinilai cukup kuat dalam membentuk pandangan khalayak atas dunia. Oleh karena itu, teori ini disebut sebagai "Ekologi" yang berarti ilmu yang mempelajari hubungan antara organisme dengan lingkungannya. Media akan terus mengalami perubahan seiring dengan kebutuhan, pertumbuhan dan

dinamisme dalam masyarakat. Begitu pula sebaliknya, masyarakat juga akan berubah mengikuti perubahan media yang terjadi.

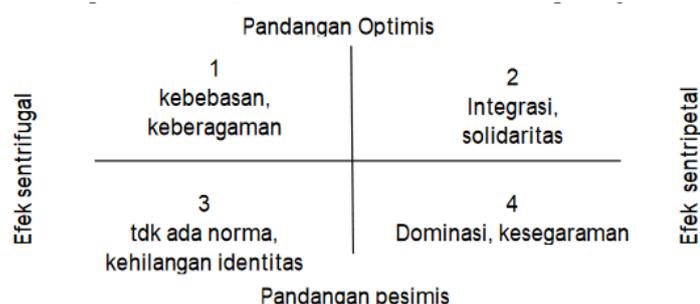
c. Media menyatukan seluruh dunia.

Asumsi ini menyatakan bahwa setiap peristiwa atau kejadian yang berlangsung di suatu tempat, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Dalam hal ini, McLuhan menyatakan bahwa saat ini manusia hidup di sebuah desa global (*global village*) dimana media seolah telah mengikat dunia ke dalam sebuah kesatuan sistem sosial, budaya, politik, dan ekonomi yang besar. Konsep *Global Village* menunjukkan bahwa tidak ada lagi batasan-batasan yang menghalangi di belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Kehadiran internet meleburkan semua batasan-batasan tersebut ditambah dengan kemunculan media sosial yang memudahkan interaksi setiap orang dari berbagai penjuru dunia tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Berbicara tentang pengaruh, media juga memengaruhi integrasi sosial berdasarkan karakter lain dari komunikasi massa yang memiliki kapasitas untuk menyatukan individu yang tersebar ke dalam khalayak yang lebih besar, atau menyatukan pandangan-pandangan baru dengan menyediakan seperangkat nilai, ide, dan informasi dan membantu membentuk identitas. Proses ini kemudian membantu menciptakan lingkup masyarakat modern yang beragam dibandingkan proses lain yang

melibatkan mekanisme agama, keluarga maupun kelompok dominan. Dengan kata lain, media massa turut berperan dalam mendukung atau bahkan melemahkan suatu kesatuan sosial.

Pengaruh media massa terhadap integrasi sosial melahirkan kecenderungan ganda sentrifugal (*centrifuga*) dan sentripetal (*centripeta*) yang terlihat berlawanan satu sama lain, namun bekerja pada saat yang bersamaan dalam masyarakat yang kompleks. Pada dasarnya, dalam hal integrasi sosial ada empat versi dampak media massa terhadap integrasi sosial dengan melihat dimensi arah yaitu sentrifugal dan sentripetal dan dimensi pandangan optimis dan pesimis. Sentrifugal merupakan efek yang mencakup pada gagasan tentang perubahan sosial, kebebasan, individualisme dan fragmentasi. Sedangkan sentripetal merupakan efek yang meliputi gagasan tentang persatuan, tatanan, kohesi, dan integrasi sosial. Dimensi-dimensi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut (Inayah, 2015):



Gambar 2.2 Empat versi dampak komunikasi massa terhadap integrasi sosial.  
(Sumber : Inayah, 2015)

Dari kedua kekuatan efek media massa tersebut, salah satu dimensi merujuk kepada arah sentrifugal atau sentripetal. Dimensi

sentrifugal merujuk pada rangsangan perubahan sosial, kebebasan, individualisme, dan fragmentasi (*fragmentation*). Sementara dimensi sentripetal, merujuk pada efek dalam bentuk persatuan, tatanan, kohesi, dan integrasi sosial. Baik integrasi maupun disintegrasi sosial dapat dinilai dengan cara yang berbeda, bergantung pada pilihan dan sudut pandang. Kontrol sosial yang diinginkan seseorang bisa saja merupakan batasan kebebasan bagi orang lain dan individualisme seseorang adalah isolasi bagi orang lain. Sehingga dimensi kedua dapat digambarkan sebagai normatif, terutama penilaian kedua kecenderungannya yang berlawanan dari kinerja media massa ini.

Dengan memaknai kondisi yang rumit ini, akan membantu untuk berfikir mengenai dua versi teori media—sentrifugal dan sentripetal—masing-masing dengan posisinya sendiri dalam dimensi evaluasi, sehingga dalam efek terdapat empat posisi teoretis berbeda yang berkaitan dengan integrasi sosial.

1. Kebebasan, keragaman. Efek ini adalah versi optimis dari kecenderungan media yang memiliki efek perpecahan terhadap masyarakat yang juga membebaskan. Media menyebarkan ide dan informasi baru dan juga mendorong pergerakan perubahan, dan modernisasi.
2. Integrasi, solidaritas. Versi optimis dari efek berlawanan komunikasi massa yaitu sebagai alat untuk menyatukan masyarakat, menekankan pada kebutuhan akan kepemilikan identitas,

kebersamaan, dan kewarganegaraan, terutama pada kondisi perubahan sosial.

3. Tidak ada norma, kehilangan identitas. Pandangan pesimis dari kebebasan yang luas dan tidak terkendali akan menimbulkan perpecahan, hilangnya keyakinan dan prinsip, serta kehilangan kohesi dan modal sosial.
4. Dominasi, keseragaman. Media massa dapat menjadi alat untuk melakukan pengawasan dan konformitas terpusat pada suatu tatanan masyarakat yang terlalu terintegrasi dan teratur.

## **2. Teori Fungsionalisme**

Teori fungsionalisme struktural dipopulerkan pertama kali oleh Talcott Parsons yang merupakan seorang sosiolog kontemporer dari Amerika. Ia menggunakan pendekatan fungsional dalam melihat proses maupun fungsi dalam suatu tatanan masyarakat. Pada awalnya, teori ini datang dari pemikiran fungsionalisme Emile Durkheim, yang melihat masyarakat sebagai suatu sistem yang terdiri dari sub-sub sistem dan mempunyai fungsi masing-masing untuk mencapai keseimbangan dalam masyarakat (Waters,1994:142). Teori ini memusatkan perhatiannya pada struktur sosial dan institusi sosial berskala luas, antara setiap hubungannya dan pengaruhnya terhadap masyarakat.

Dalam Ritzer (1996) Parsons mengembangkan suatu konsep sebagai persyaratan fungsional yang disebut sebagai AGIL. Konsep AGIL terdiri atas: *Adaptation* (adaptasi) yaitu situasi dimana sebuah sistem

harus menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan menanggulangi situasi eksternal yang terjadi di luar kendali sistem tersebut, *Goal attainment* (pencapaian tujuan) dimana sebuah sistem berupaya mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya dengan menentukan prioritas diantara tujuan-tujuan sistem yang ada, serta mengerahkan sumber-sumber sistem untuk mencapai tujuan tersebut, *Integration* (integrasi) yaitu sebuah sistem harus mengatur hubungan-hubungan pada setiap bagian yang menjadi komponennya, dengan melakukan tindakan koordinasi dan pemeliharaan antarhubungan unit-unit sistem yang lainnya, *Latency* (pemeliharaan pola) yaitu suatu sistem harus memelihara, melengkapi, dan memperbaiki pola-pola kultural maupun motivasi individual yang dapat menciptakan dan menopang motivasi-motivasi itu sendiri (Ritzer, 1996:99).

Teori ini memandang masyarakat sebagai bagian yang saling berhubungan atau sistem yang berjalan dari subsistem yang masing-masing memiliki kontribusi yang penting bagi keberlanjutan serta keteraturan. Dalam hal ini, media juga dilihat sebagai suatu bagian dari sistem. Untuk menciptakan kehidupan sosial yang teratur dibutuhkan pemeliharaan yang berkesinambungan secara konsisten, mendukung, akurat, dan menampilkan gambaran utuh dari lingkungan sosial serta pekerjaan masyarakat. Hal tersebut dilakukan dengan merespons tuntutan individual dan lembaga secara konsisten, sehingga media dapat memberi

keuntungan secara tidak langsung bagi masyarakat keseluruhan (McQuail, 2011: 110).

Walaupun teori fungsionalisme awalnya berasal dari kajian sosiologi, pendekatan ini juga berperan besar dalam menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan paradigma mengenai media. Pendekatan ini masih relevan dengan tujuan untuk menawarkan dan menggambarkan konsep yang membahas hubungan antara media massa dengan masyarakat. Keuntungan dari terminologi ini ialah dapat dipahami secara luas oleh para komunikator massa beserta khalayaknya.

Terkait dengan fungsi media, McQuail (2011) memaparkan setidaknya ada lima fungsi media dalam system masyarakat, yaitu :

a. Fungsi informasi

1. Menyediakan informasi secara aktual mengenai peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
2. Menunjukkan adanya hubungan kekuatan.
3. Sebagai sarana inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan.

b. Korelasi

1. Menjelaskan, menafsirkan, dan memberikan komentar atas makna peristiwa dan informasi.
2. Menyediakan dukungan untuk kekuasaan dan norma yang mapan.
3. Sosialisasi.
4. Mengatur aktivitas yang terpisah.

5. Membangun konsensus.
  6. Mengatur tatanan prioritas dan melambangkan status relatif.
- c. Keberlanjutan
1. Mengekspresikan budaya dominan dan memahami perkembangan kultur dan subkultur yang baru.
  2. Mendorong dan memelihara kesamaan nilai.
- d. Hiburan
1. Menyediakan kesenangan, pengalihan, dan sebagai alat relaksasi.
  2. Mengurangi tekanan sosial.
- e. Mobilisasi
1. Mengampanyekan tujuan sosial di ranah politik, perang, perkembangan ekonomi, pekerjaan, dan terkadang agama.

Fungsi-fungsi di atas tidak dapat diunggulkan salah satunya dari pada fungsi yang lain. Hal ini dikarenakan satu fungsi tumpang tindih dengan fungsi yang lain sehingga menyebabkan hubungan antara fungsi (atau tujuan) dengan konten media tidaklah pasti dan konten yang sama dapat melayani fungsi yang berbeda.

### 3. Teori Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann pada tahun 1966 melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Dalam buku tersebut mereka menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Sobur, 2015:91).

Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui tiga proses yang berlangsung secara simultan (serentak), yaitu eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Eksternalisasi merupakan usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Objektivikasi merupakan hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materil dalam bentuk bahasa. Internalisasi merupakan proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. (Santoso, 2016:39).

Dalam proses internalisasi terdapat dua macam sosialisasi, yaitu sosialisasi primer dan sekunder. Sosialisasi primer adalah sosialisasi pertama yang dialami individu pada masa kanak-kanak. Sedangkan

sosialisasi sekunder adalah setiap proses berikutnya ke dalam sektor-sektor baru dunia objektif masyarakatnya.(Manuaba,2008:228).

Proses konstruksi realitas pada dasarnya adalah setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda, tak terkecuali hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Dalam kaitannya dengan media, McQuail (2011) dalam Karman (2015) mengungkapkan proposisi utama dari teori konstruksionisme sosial yang menganggap bahwa:

- a. Masyarakat bukan realitas yang pasti, melainkan sebuah konstruk, (*fixed reality*);
- b. Media menyediakan bahan-bahan untuk proses konstruksi sosial;
- c. Makna yang ditawarkan oleh media dapat ditolak atau dinegosiasikan;
- d. Media mereproduksi beberapa makna tertentu;
- e. Semua fakta adalah interpretasi sehingga media tidak bisa memberikan realitas sosial yang objektif.

Isi media adalah hasil dari para pekerja media mengkonstruksikan realitas yang dipilihnya. Pekerjaan media massa berdasarkan sifat dan faktanya adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Suryadi,2011:638). Secara sederhana, pesan-pesan dari media merupakan sebuah hasil rekonstruksi dari berbagai fakta dan realitas akan suatu hal atau peristiwa

yang prosesnya dibuat oleh para pekerja media berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.

#### **4. Teori Komunikasi Dunia Maya ( *Cybercommunity Theory* )**

Teori komunikasi dunia maya atau disebut juga dengan *Cyber-Community Theory* merupakan teori terbaru yang berasal dari pengembangan ilmu komunikasi. dan sosiologi yang berfokus pada kajian dunia maya dan khalayaknya. Sebelumnya, Severin dan Tankard (2008) menyebutkan *cyber communication* atau komunikasi dunia maya sebagai sebuah istilah yang luas yang difasilitasi oleh internet dan juga kemajuan multimedia seperti CD-ROM, *flash storage*, siaran dengan kualitas tinggi dan lainnya ( Afifah & Kusuma, 2019).

Secara garis besar, Severin dan Tangkard menjelaskan mengenai bagian-bagian terpenting dalam teori komunikasi dunia maya yang merupakan bagian dari *cybercommunity* . Bagian-bagian tersebut yaitu:

1. Konsep dasar komunikasi digital, seperti dunia maya (*cyberspace*), *virtual reality*( VR) komunitas maya (*virtual communities*) *chat rooms*, *multiuser domain* (MUD), interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia;
2. Ruang lingkup dan wilayah teori komunikasi dunia maya meliputi penentuan agenda (*agenda-setting*), manfaat dan gratifikasi, pembauran inovasi, kesenjangan pengetahuan, kredibilitas media, dan gagasan McLuhan tentang media baru (*new media*);

3. Riset-riset baru pada komunikasi *cyber*, yaitu mediamorfosis, riset tentang *hypertext*, riset multimedia, riset desain antar muka (komunikasi dua-arah), riset eros digital atau cinta *online*, riset tentang kecanduan internet, serta riset tentang pemakaian internet dan depresi (Bungin, 2017: 297).

Menurut Bungin (2017), wilayah kajian teori ini sebenarnya masih terlalu dini untuk disebut sebagai sebuah teori. Namun seiring dengan lahirnya kajian ilmiah mengenai masyarakat dunia maya atau *cybercommunity*, yang memiliki struktur yang menyerupai kehidupan sosial masyarakat pada dunia nyata, teori ini kemudian dianggap sebagai teori paling akhir (terbaru) dalam kajian sosiologi komunikasi.

Lebih lanjut, Bungin menyatakan bahwa pada awalnya masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah merupakan sebuah hiper-realitas manusia tentang nilai, citra dan makna kehidupan manusia sebagai lambang dari pembebasan manusia terhadap kekuasaan materi dan alam semesta. Saat teknologi manusia mampu mengungkapkan misteri pengetahuan tersebut, maka manusia mampu menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam dunia hiper-realitas itu.

Selanjutnya, masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Hal ini dikarenakan masyarakat maya merupakan hasil dari ciptaan manusia. Pada akhirnya, masyarakat maya

mampu membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial, dan sebagainya dalam dunia virtual yang dikenal seperti saat ini.

Kajian mengenai dunia maya dan khalayaknya sebelumnya juga telah dibahas oleh David Silver pada tahun 2000. Silver dalam Nasrullah (2018) memaparkan setidaknya ada tiga periode dalam penelitian internet atau dunia maya, yakni *Popular Cyberculture*, *Cyberculture Studies*, dan *Critical Cyberculture Studies*. Pada periode *Popular Cyberculture*, internet dilihat sebagai medium yang memberikan kemudahan koneksi antarpengguna, sehingga berbagai pemberitaan di media massa lebih banyak menyorot internet dan perangkat komputer sebagai medium yang populer di tengah masyarakat.

Pada periode *cyberculture studies*, kajian difokuskan pada diri individu dalam melakukan komunikasi, baik dilihat dalam komunitas maupun sebagai identitas. Dalam periode ini adanya pengkajian budaya siber dan internet dilihat melalui beragam disiplin ilmu, bahkan dapat dikatakan menciptakan sesuatu yang disebut sebagai metode baru. Selanjutnya, pada periode ketiga yakni *critical cyberculture studies*, Silver (2000) memaparkan empat karakter dasar, yaitu

1. Fokus eksplorasi kajian pada aspek interaksi sosial, kultural, dan ekonomi yang mengambil tempat secara *online*.

2. Interaksi menjadi objek yang dikaji secara lebih mendalam.
3. Akses interaksi individu dan kelompok dapat terhambat dengan adanya peningkatan analisis terhadap pertimbangan kultural, jarak sosial, ekonomi serta politik.

Memberikan perhatian secara langsung maupun tidak terhadap fenomena-fenomena teknologi yang terjadi dengan melakukan berbagai perencanaan untuk mengatasinya yang kemudian membentuk interaksi antara jaringan dan pengguna.

### **C. Hasil Penelitian yang Relevan**

Setelah melakukan penelaan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan Studi Etnografi Virtual Khalayak Digital terhadap Konten #Toleransi pada Media Sosial *Instagram* dan *TikTok*, maka peneliti melakukan elaborasi terhadap penelitian terdahulu yang peneliti anggap sesuai dan mewakili keseluruhan topik penelitian yang terkait sebagai berikut :

1. Konstruksi Isu Toleransi Agama dalam Media *Online*. Putri Husnul Aprilia 2019. Sumber: repository.uinjkt.ac.id Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ini mengkaji tentang upaya media *online* Republika Online, Kompas.com, Tribunnews.com, dan Detik.com dalam mbingkai pemberitaan tentang toleransi beragama yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan paradigma penelitian konstruktivis. Metode analisis yang digunakan ialah analisis *framing* Robert N. Entman dengan empat elemen *framing* yakni *Problem*

*Identification, Causal Interpretation, Moral Evaluation, dan Treatment Recommendation.* Metode pengumpulan data dilakukan teknik wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa terdapat perbedaan pembedaan yang dari keempat media *online* dalam memberitakan isu toleransi antaragama Indonesia. Republika Online sebagai media yang dipelopori oleh komunitas muslim mengkonstruksi makna toleransi agama dengan landasan nilai-nilai yang telah ditetapkan dalam agama Islam. Sedangkan media *online* Kompas.com, Tribunnews.com dan Detik.com memandang toleransi agama dalam konteks universal yang merujuk kearah nilai-nilai keberagaman dan Hak Asasi Manusia (HAM).

2. Pengaruh Berita Toleransi Beragama di Media *Online* terhadap Sikap Toleransi Siswa Kelas 3 SMA di Pekanbaru. Suha Paramitha 2019. Sumber Jurnal *Online* Mahasiswa FISIP Universitas Riau ISSN: 2355-6919.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode eksperimental kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberitaan tentang toleransi beragama pada media *online* terhadap siswa kelas 3 SMA di Pekanbaru. Dengan menggunakan metode *random* sampling, penelitian ini mengambil populasi sebanyak 529 siswa dan sampel sebanyak 28 responden. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier sederhana dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh sebesar 0,05 dari pemberitaan tentang toleransi beragama di media *online* terhadap sikap toleransi siswa kelas 3 SMA di Pekanbaru. Artinya,

pemberitaan tentang toleransi berpengaruh positif terhadap sikap toleransi siswa. Hasil penelitian ini juga menunjukkan kontribusi variasi dari variabel independen (berita toleransi beragama) terhadap variabel dependen (sikap toleransi) sebesar 0,140 atau 14%. Sedangkan kontribusi variasi independen lain yang dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 86% tidak termasuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

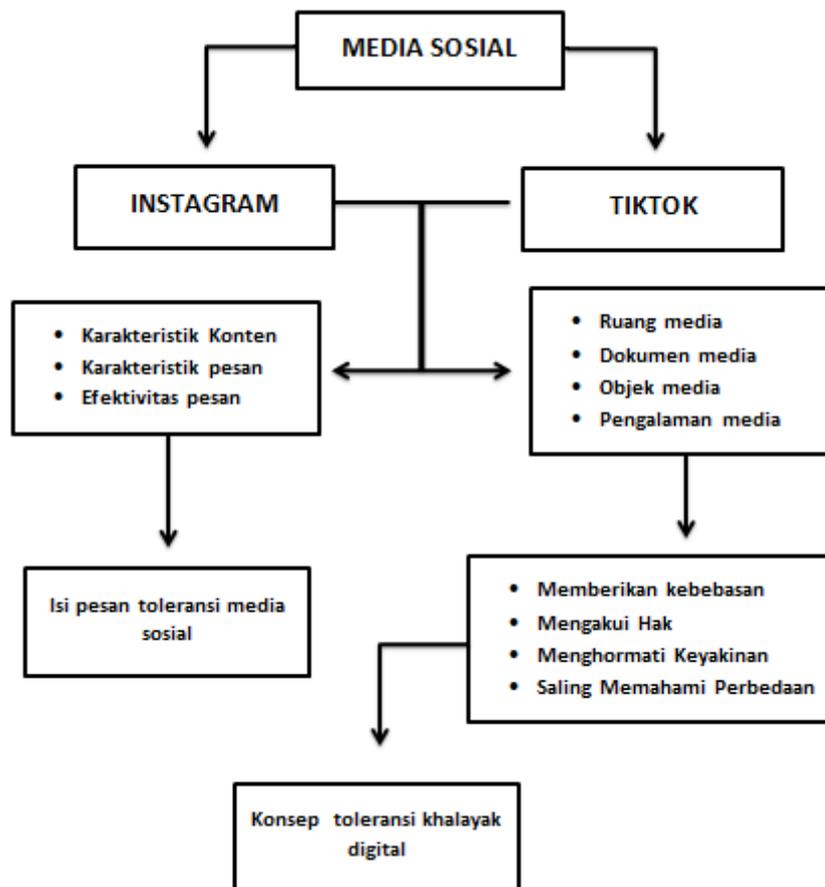
3. Konstruksi Toleransi pada Akun Media Sosial Jaringan Gusdurian. Danar Kristiana Dewi dan Lulus Sugeng Triandika 2020. Sumber : Lentera Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi ISSN: 2549-7391.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis *framing* Entmant yang membahas tentang bagaimana pesan toleransi dikonstruksi ke dalam media sosial, terkhusus di *Instagram*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa toleransi dikonstruksikan sebagai kunci perdamaian dan persatuan. Persoalan intoleransi yang disebabkan oleh ekstrimisme dapat dicegah dengan merawat keberagaman dan mengimplementasikan nilai-nilai pancasila dalam kehidupan sehari-hari.

Pada penelitian yang ketiga ini sama-sama membahas tentang toleransi pada media sosial. Namun perbedaannya terdapat pada rumusan masalah, metodologi penelitian, objek dan tentunya hasil penelitian. Pada penelitian kali ini secara khusus mengkaji tentang isu toleransi yang beredar di media sosial tidak hanya di *Instagram*, tetapi juga di *TikTok*. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji tentang konsep toleransi yang dibentuk oleh khalayak digital pada media sosial.

#### D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.3. Kerangka Konseptual

## **E. Definisi Konseptual**

### **1. Toleransi**

Toleransi atau toleran diartikan sebagai sifat atau sikap menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan, kelakuan, dsb) yg berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri. Di dunia nyata, toleransi sangat diperlukan untuk menciptakan perdamaian dalam suatu lingkup masyarakat, terutama dalam masyarakat yang majemuk. Dengan menunjukkan sikap ramah tamah dan saling menghargai dapat menjadi suatu tindakan untuk menekan terjadinya konflik antar masyarakat.

Sementara di dunia maya atau virtual terdapat lebih banyak lagi keragaman yang saling bertemu tanpa batas. Tanpa adanya interaksi secara langsung, untuk mewujudkan toleransi dalam dunia maya tidak cukup hanya dengan sikap saja. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mempelajari bentuk-bentuk toleransi yang terjadi di dunia maya atau dalam hal ini dalam media sosial. Bagaimana para pengguna menerapkan toleransi dan batasan-batasannya dalam dunia maya serta mengenal lebih jauh budaya lain yang jauh lebih beragam lagi.

### **2. Media Sosial**

Media sosial merupakan suatu medium dalam jaringan internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Pada penelitian ini,

media sosial digambarkan sebagai suatu wadah atau lingkungan dunia maya yang menjadi tempat berlangsungnya berbagai macam interaksi antarmanusia yang beragam tanpa batas dan berlangsung secara virtual.

Adanya interaksi beragam dan tanpa batas waktu maupun tempat tersebut dalam media sosial menciptakan suatu pola budaya baru dalam sejarah peradaban manusia yang sedikit banyak memberi pengaruh terhadap perkembangan dunia secara nyata. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pola budaya baru yang tercipta dalam media sosial – terkhusus dalam *Instagram* dan *TikTok* – terbentuk dan berkembang.

### 3. Etnografi Virtual

Etnografi virtual merupakan metode etnografi yang digunakan untuk mengungkap realitas, baik yang nampak maupun tidak, dari komunikasi termediasi komputer di antara entitas (anggota) komunitas virtual di internet. Penelitian ini mencoba untuk menampilkan bentuk-bentuk interaksi antarpengguna yang berasal dari berbagai tempat dan latar belakang yang berbeda dalam menanggapi suatu topik atau konten yang dimuat dalam media sosial. Interaksi-interaksi yang terjadi bisa jadi merupakan representasi dari entitas pada dunia nyata yang dipengaruhi oleh karakter pribadi, kebiasaan, kepercayaan, ideologi dan sebagainya.

### 4. Khalayak Digital

Khalayak digital diartikan sebagai khalayak yang berlandaskan pengetahuan seputar teknologi dan susunan sosial baru yang dibawa oleh

komunikasi termediasi komputer (*computer mediated communication*) yang terhubung dalam suatu jaringan jarak jauh dengan kemampuan untuk saling berbagi pemikiran dan informasi secara cepat dan langsung. Interaksi yang berlangsung dalam lingkup khalayak dunia maya tidak hanya berlangsung di antara khalayak itu semata, melainkan juga dengan media sosial itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengkaji sistem budaya yang terbentuk dalam dunia maya lebih jauh lagi terkait tentang isu toleransi yang menyebar di dunia maya, dalam hal ini media sosial *Instagram* dan *TikTok*.