

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Perkembangan konten video pendek di media sosial telah memunculkan bentuk-bentuk interaksi digital baru yang tidak selalu bersifat positif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa algoritma distribusi konten, format yang cepat dikonsumsi, dan sifat emosional video pendek berkontribusi terhadap munculnya perilaku seperti *hate speech*, *cyberbullying*, dan *cancel culture*.

Penelitian oleh Exala et al. [11] mengungkap bahwa pengguna media sosial, khususnya generasi muda, terlibat aktif dalam *cancel culture* sebagai respons terhadap konten video pendek yang dianggap melanggar nilai sosial tertentu. Video yang viral di TikTok sering menjadi pemicu terjadinya pembatalan sosial terhadap individu tanpa proses klarifikasi.

Maarouf et al. [12] menyatakan bahwa konten video pendek yang memicu keterlibatan emosional tinggi seringkali berkorelasi dengan meningkatnya *hate speech* di kolom komentar. Mereka menyoroti peran algoritma dalam memperkuat distribusi konten provokatif yang mempercepat munculnya ujaran kebencian.

Sementara itu, Umar et al. [13] melakukan studi kuantitatif yang menempatkan *cyberbullying* sebagai variabel terikat. Hasilnya menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna dalam konten video pendek secara signifikan memicu tindakan perundungan digital. Interaksi dalam bentuk komentar atau video respons dapat berubah menjadi pelecehan verbal atau intimidasi.

Ullah et al. [14] memperluas temuan tersebut dengan menyatakan bahwa pengguna yang sering terpapar konten viral mengalami tekanan sosial digital yang lebih besar, yang berdampak pada peningkatan *cyberbullying*. Interaksi dalam komunitas daring, terutama pada platform berbasis video pendek, menjadi sarana munculnya dinamika kekuasaan dan pengucilan sosial.

Penelitian lain oleh Koç [15] menyoroti bahwa sistem rekomendasi konten di TikTok memperkuat keterlibatan pengguna dengan memperlihatkan video yang sesuai dengan pola interaksi sebelumnya. Hal ini mendorong pengguna ke dalam ruang yang disebut sebagai filter *bubble*, yang dapat mempersempit pandangan dan meningkatkan reaksi emosional terhadap konten.

Zeng [16] menjelaskan bahwa konten video pendek mendorong pengambilan keputusan berbasis emosi karena formatnya yang cepat, visual, dan intens secara afektif. Dalam konteks ini, pengguna cenderung merespons konten dengan cepat tanpa refleksi mendalam, yang berpotensi memperburuk dinamika komunikasi daring.

Teef & Nassisid [17] meneliti bagaimana video pendek mengubah pola konsumsi konten global. Mereka mencatat bahwa format ini menstimulasi konsumsi berulang dan membentuk kebiasaan digital yang tidak selalu disadari pengguna, termasuk peningkatan interaksi impulsif.

Penelitian oleh Nahla et al. [18] membahas bagaimana eksposur terhadap konten negatif di TikTok berdampak pada perubahan norma etika generasi muda. Mereka menemukan bahwa tantangan viral, humor yang merendahkan, dan konten manipulatif memberi pengaruh pada perubahan nilai dan moralitas pengguna.

Ketika pengguna terus-menerus terpapar konten seperti itu, maka respons negatif seperti *hate speech* [12], perilaku *cyberbullying* [13][14], hingga keterlibatan dalam *cancel culture* [11] lebih mudah muncul. Paparan berulang terhadap konten emosional menyebabkan penurunan kapasitas berpikir kritis dan meningkatkan kecenderungan bereaksi secara instan terhadap stimulus digital.

Tabel 2. 1 Perbandingan Studi Sebelumnya

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Exala et al. [11]	2023	Mengkaji bagaimana <i>cancel culture</i> terbentuk di media sosial melalui partisipasi pengguna terhadap konten viral.	Kualitatif (wawancara & observasi media sosial).	<i>Cancel culture</i> muncul sebagai reaksi kolektif terhadap konten yang dianggap menyimpang, terutama di platform berbasis video pendek seperti TikTok. Konten yang viral memicu penghukuman sosial cepat tanpa proses klarifikasi.
2	Maarouf et al. [12]	2024	Meneliti korelasi antara viralitas konten media sosial dan <i>hate speech</i> yang muncul sebagai respons pengguna.	Data mining & big data analysis: 180.000 komentar dari platform media sosial.	<i>Hate speech</i> terbukti meningkat secara signifikan dalam konten viral, terutama konten video yang bersifat emosional dan memecah belah. Algoritma memperkuat eksposur terhadap konten semacam ini tanpa adanya mekanisme pemulihan atau ruang untuk klarifikasi.
3	Umar et al. [13]	2024	Mengukur pengaruh aktivitas media sosial terhadap perilaku <i>cyberbullying</i> pada generasi Z.	Kuantitatif: survei dan analisis regresi terhadap 350 responden mahasiswa.	Ditemukan bahwa intensitas penggunaan fitur video pendek dan interaksi sosial digital secara signifikan berhubungan dengan kemunculan perilaku <i>cyberbullying</i> .

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
4	Ullah et al. [14]	2024	Menganalisis hubungan antara interaksi pengguna di media sosial dengan dinamika identitas sosial dan <i>cyberbullying</i> .	Kuantitatif: survei dan structural equation modeling.	Interaksi yang intensif terhadap konten viral di media sosial berdampak pada tekanan sosial digital, yang memperbesar risiko pengguna terlibat dalam tindakan <i>cyberbullying</i> .
5	Koç [15]	2023	Mengevaluasi bagaimana sistem rekomendasi TikTok membentuk keterlibatan pengguna.	Survei pengguna TikTok (n=500) + evaluasi algoritma rekomendasi.	Sistem personalisasi TikTok memicu efek keterikatan emosional terhadap konten yang relevan dan sering mempersempit perspektif pengguna melalui filter bubble. tidak sadar menghabiskan lebih banyak waktu dalam mengonsumsi konten dibandingkan dengan media tradisional.
6	Zeng [16]	2022	Menganalisis dampak format video pendek terhadap perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan.	Eksperimen berbasis respons emosional pengguna terhadap video pendek.	Video pendek meningkatkan pengambilan keputusan impulsif dan bias kognitif. Pengguna cenderung bereaksi secara emosional dibanding logis.

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
7	Teef & Nassisid [17]	2023	Mengamati perubahan pola konsumsi konten akibat kemunculan video pendek.	Studi longitudinal dan observasi media.	Video pendek mendorong konsumsi konten cepat dan terus-menerus. Pengguna mengalami efek adiktif karena mekanisme <i>infinite scroll</i> . individu yang menjadi target pembatalan.
8	Nahla et al. [18]	2023	Mengkaji dampak konten negatif TikTok terhadap nilai etika generasi muda.	Studi pustaka dan observasi konten.	Eksposur terhadap konten negatif seperti tantangan ekstrem dan ujaran kasar menyebabkan degradasi norma sosial dan etika digital

2.2. Dasar Teori

2.2.1. Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis teknologi internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk relasi sosial tanpa batas ruang dan waktu. Perkembangan media sosial saat ini difokuskan pada konten berbasis visual dan video, khususnya konten berdurasi pendek. Pada penelitian [15], dijelaskan bahwa sistem algoritmik media sosial seperti TikTok bekerja dengan mengenali pola perilaku pengguna untuk menampilkan konten yang dianggap relevan, sehingga membentuk ruang interaksi yang semakin personal, namun juga mempersempit perspektif pengguna terhadap informasi.

2.2.2. Short Video Content (Konten Video Pendek)

Konten video pendek adalah format konten visual dengan durasi singkat (biasanya 15 – 60 detik) [19], yang dirancang untuk memberikan dampak emosional secara instan. Konten ini umumnya memuat hiburan, opini, reaksi, atau tantangan viral yang dikemas dalam gaya cepat dan dinamis. Pada penelitian [16], dijelaskan bahwa video pendek memiliki potensi besar dalam membentuk perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan pengguna karena karakteristiknya yang intens secara visual dan padat secara emosi. Sementara itu, penelitian [17] menyoroti bahwa fitur *autoplay* dan *infinite scroll* pada platform video pendek mendorong konsumsi konten yang berulang tanpa henti, menciptakan kebiasaan adiktif yang tidak disadari pengguna.

2.2.3. Etika Digital

Etika digital mengacu pada prinsip dan norma yang mengatur bagaimana individu berperilaku secara etis dalam ruang digital. Ini mencakup rasa tanggung jawab, sopan santun berkomunikasi, serta kesadaran atas dampak tindakan di media daring. Pada penelitian [18], disebutkan bahwa paparan konten negatif di *TikTok* seperti tantangan berbahaya, ujaran kebencian, dan penyebaran ejekan

publik berdampak terhadap penurunan nilai etika digital, khususnya di kalangan generasi muda. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku online sangat dipengaruhi oleh jenis konten yang dikonsumsi.

2.2.4. *Hate Speech* (Ujaran Kebencian)

Hate speech adalah bentuk komunikasi yang mengandung ujaran kebencian, penghinaan, atau diskriminasi terhadap kelompok tertentu berdasarkan ras, agama, gender, atau identitas lainnya. Penelitian [12] menunjukkan bahwa konten video pendek yang memicu emosi tinggi sering kali mendorong munculnya komentar bernada kebencian dari pengguna. Viralitas konten menjadi faktor pendorong utama, karena algoritma media sosial memprioritaskan penyebaran konten dengan keterlibatan tinggi tanpa mempertimbangkan nilai etis isi kontennya.

2.2.5. *Cyberbullying* (Perundungan Digital)

Cyberbullying merupakan bentuk perundungan yang terjadi melalui media digital, seperti pelecehan verbal, hinaan, atau ancaman yang dilakukan secara daring. Pada penelitian [13], ditemukan bahwa frekuensi interaksi pada konten video pendek di media sosial berhubungan erat dengan meningkatnya kasus *cyberbullying*, terutama di kalangan remaja. Lebih lanjut, pada penelitian [14] disebutkan bahwa tekanan sosial digital yang timbul dari komentar, respon publik, dan ekspektasi kelompok terhadap video yang viral berkontribusi terhadap perilaku perundungan digital.

2.2.6. *Cancel Culture* (Budaya Pembatalan Digital)

Cancel culture adalah bentuk sanksi sosial yang diberikan oleh komunitas digital kepada individu atau kelompok yang dianggap melanggar nilai sosial atau moral tertentu. Fenomena ini sering terjadi di media sosial, terutama ketika sebuah konten video pendek viral dan menimbulkan kontroversi. Penelitian [11] mengungkapkan bahwa *cancel culture* berkembang dalam lingkungan yang mendorong opini kolektif secara cepat dan emosional. Konten viral tidak hanya menciptakan perbincangan, tetapi juga memicu pengucilan sosial tanpa adanya ruang klarifikasi.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Konten Video Pendek terhadap *Hate Speech*

Konten video pendek yang memuat opini provokatif, kritik sosial, atau ekspresi emosional sering memicu reaksi ekstrem, termasuk ujaran kebencian. Dalam penelitian [12] menyatakan bahwa *hate speech* secara signifikan berkorelasi dengan konten viral yang mendapat keterlibatan tinggi. Struktur video yang singkat dan berbasis emosi mempercepat siklus komentar negatif. Paparan terhadap video semacam itu terbukti mendorong pengguna untuk menanggapi dengan ujaran kebencian sebagai bentuk ekspresi digital yang impulsif. Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut hipotesis 1 (H1) diusulkan:

H1: Konten video pendek berpengaruh terhadap kemunculan *hate speech* di media sosial.

2.3.2. Pengaruh Konten Video Pendek terhadap *Cyberbullying*

Fitur interaktif dalam video pendek seperti komentar terbuka, *stitching*, dan *duet*, memberikan ruang luas bagi *cyberbullying* terjadi. Penelitian [13] menyatakan bahwa aktivitas pengguna dalam menanggapi konten video berperan sebagai pemicu *cyberbullying*, terutama ketika konten tersebut bersifat kontroversial atau personal. Diperkuat oleh temuan dari penelitian [14] yang mengungkapkan bahwa keterlibatan pengguna dalam konten yang viral berkorelasi dengan meningkatnya kasus pelecehan digital, baik dalam bentuk penghinaan, pengucilan, maupun intimidasi verbal di ruang daring. Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut hipotesis 2 (H2) diusulkan:

H2: Konten video pendek berpengaruh terhadap terjadinya *cyberbullying* di media sosial.

2.3.3. Pengaruh Konten Video Pendek terhadap *Cancel Culture*

Konten video pendek yang menyampaikan pernyataan kontroversial atau dianggap menyimpang dari norma umum sering kali menjadi pemicu munculnya *cancel culture*. Dalam penelitian [11] menyebutkan bahwa platform seperti TikTok memungkinkan terbentuknya opini kolektif yang cepat dan reaktif

terhadap isi video, yang kemudian berkembang menjadi pembatalan sosial. Sistem algoritma turut memperkuat eksposur konten emosional, mendorong pengguna untuk mengambil sikap “menghakimi” secara terbuka di ruang digital. Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut hipotesis 3 (H3) diusulkan:

H3: Konten video pendek berpengaruh terhadap keterlibatan dalam *cancel culture* di media sosial.

