

**MEMETAKAN UJARAN KEBENCIAN PADA KOLOM  
KOMENTAR UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM  
@TASYIATHASYIA  
(STUDI ANALISIS KONTEN KUANTITATIF)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



**Oleh:**

**AJENG AYU SEKAR WANGI  
07031282025111**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“Memetakan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Akun Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)”**

**SKRIPSI**


**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

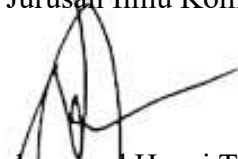
**Ajeng Ayu Sekar Wangi**

**07031282025111**

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. Farisha Sestri Musdalifah., S.Sos., M.Si NIP. 199309052019032019	 _____	14- 12-2023 _____

Pembimbing II	Tanda Tangan	Tanggal
2. Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom NIP. 198902202022031006	 _____	13- 12-2023 _____

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

  
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

### “Memetakan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Akun Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)”

#### SKRIPSI

Oleh :  
Ajeng Ayu Sekar Wangi  
07031282025111

Telah dipertahankan di depan komisi penguji  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 27 Desember 2023

#### Pembimbing:

1. Farisha Sestri Musdalifah., S. Sos., M.Si  
NIP.199309052019032019
2. Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom  
NIP.198902202022031006

#### Penguji:

1. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP.196406061992031001
2. Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198607072023212056

Handwritten signatures of the supervisors and examiners, each on a set of three horizontal lines.

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ajeng Ayu Sekar Wangi  
NIM : 07031282025111  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 06 April 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Memetakan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Akun Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Yang menghaut pernyataan,



10000  
METERAI  
TEMPEL  
E51AKX718766177

Ajeng Ayu Sekar Wangi  
NIM. 07031282025111

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَاللَّهُ خَيْرٌ مِّنَّا مَحْسَبِينَ

**And Allah is the best of planners (Qs. Al Anfal, 8:30)**

**Nothing happens by itself.**

**It all will come your way once you understand that you must make it  
come your way, by your own exertions.**

**-Ben Stein**

*Dengan segala puji dan syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT.*

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:*

*Kedua orang tuaku Bpk. Khasan dan Ibuku Yulianti, serta kakak-  
kakaku dan semua keluarga besarku yang tidak pernah berhenti  
memberikan dukungan, semangat, dan doa kepadaku hingga sampai  
saat ini.*

**ABSTRACT**

*Instagram played an important role in social interaction, facilitating users to share moments and interact globally. However, interactions on Instagram were also vulnerable to weaknesses, one of which was the spread of hate speech. This study aimed to map hate speech in the comment section uploaded by the @tasyiathasyia Instagram account using Babak Bahador's classification, including disagreement, negative action, negative character, demonizing and dehumanizing, violence, and death. Employing a quantitative approach and a descriptive quantitative content analysis method, this study analyzed the comment section on @tasyiathasyia's Instagram posts on June 6 and 14, 2023, with a sample of 7,722 comments. The results showed that the frequency of hate speech was predominantly dominant in the disagreement dimension with 1,947 comments, while the death dimension had the lowest frequency of 23 comments.*

**Keywords:** *Hate Speech, Instagram, Quantitative Content Analysis, Social Media*

*Advisor I*



**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**  
NIP.199309052019032019

*Advisor II*



**Eko Pebryan Jaya, M.I.Kom**  
NIP.198902202022031006

**Palembang, December 2023**  
**Head of the Department of Communication**  
**Faculty of Social and Political Sciences**  
**Sriwijaya University**




**Dr. M. Hushi Thamrin, M.Si**  
NIP.196406061992031001

## ABSTRAK

Instagram memiliki peran penting dalam interaksi sosial, memfasilitasi pengguna untuk berbagi momen dan berinteraksi secara global. Namun, interaksi di Instagram juga rentan terhadap kelemahan, salah satunya adalah penyebaran ujaran kebencian (*hatespeech*). Penelitian ini bertujuan memetakan ujaran kebencian pada kolom komentar unggahan akun Instagram @tasyiathasyia dengan menggunakan klasifikasi Babak Bahador, mencakup *disagreement*, *negative action*, *negative character*, *demonizing* dan *dehumanizing*, *violence*, dan *death*. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode analisis konten kuantitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis kolom komentar pada unggahan Instagram @tasyiathasyia pada tanggal 06 dan 14 Juni 2023, dengan sampel sebanyak 7.722 komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi ujaran kebencian terutama dominan pada dimensi *disagreement* (ketidaksetujuan) dengan 1.947 komentar, sementara dimensi *death* (pengancaman nyawa) memiliki frekuensi terendah yaitu 23 komentar.

**Kata Kunci: Analisis Konten Kuantitatif, Instagram, Media Sosial, Ujaran Kebencian**

**Pembimbing I**



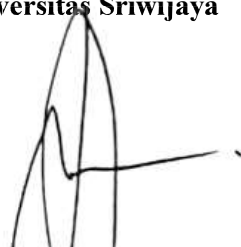
**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**  
NIP.199309052019032019

**Pembimbing II**



**Eko Pebryan Java, M.I.Kom**  
NIP.198902202022031006

**Palembang, Desember 2023**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik**  
**Universitas Sriwijaya**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**  
NIP.196406061992031001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Memetakan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Bukan hal yang mudah untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari banyak menemukan kesulitan-kesulitan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih dan diiringi do'a semoga bantuan yang telah diberikan mendapatkan imbalan yang baik dari Allah SWT. Karenanya, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, serta kepada nabi besar umat Islam yaitu Nabi Muhammad SAW
2. Prof. Dr. Taufik Marwa., SE., MSi selaku Rektor Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Sriwijaya Palembang.
3. Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
4. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Farisha Sestri Musdalifah., S.Sos., M.Si selaku pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan waktu berharga, semangat, tenaga, saran dan masukkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Eko Pebryan Jaya. M.I.Kom selaku pembimbing II yang selalu memberikan ilmu, arahan, saran, motivasi dan waktu berharga selama proses pembuatan skripsi.



7. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan, ilmu pengetahuan, mendidik dan membimbing selama proses perkuliahan.
9. Keluargaku tercinta Ayah, Mama, Kak Enggal, Ayuk Fia, Kak Unggul, Kak Bagus, Keponakanku tersayang Gefand, Nenek, Kakek, Mbah, Om, Tante dan para sepupu yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moril dan materil dalam penulisan ini.
10. Sahabat terbaik peneliti sejak berada dibangku sekolah Dinda, Anis, Fitri, Adel, Desi, dan Sicon (Utik, Alfa, Andin, Dewe, Wenny, dan Abel) yang telah memberikan segala bentuk dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Sahabat terbaik peneliti sejak dibangku kuliah: Cindy Angel, Lidia, dan Risma yang sudah selalu bersedia membantu dan menemani penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa pasti ada kekurangan dalam kepenulisan skripsi ini. Karenanya, kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak diharapkan oleh peneliti demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Palembang, November 2023

Penulis,

Ajeng Ayu Sekar Wangi

NIM. 07031282025111

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Interaksi <i>Online</i> .....	16
2.1.1.1 Definisi Interaksi.....	16
2.1.1.2 Karakteristik Interaksi <i>Online</i> .....	18
2.1.1.3 Identitas Digital.....	18
2.1.1.4 Norma Etika dalam Interaksi <i>Online</i> .....	19
2.1.2 Ujaran Kebencian .....	20
2.1.2.1 Pengertian Ujaran Kebencian.....	20
2.1.2.2 Jenis-Jenis Ujaran Kebencian .....	21
2.1.2.3 Media Penyebaran Ujaran Kebencian.....	22
2.1.2.4 Bentuk-Bentuk Ujaran Kebencian .....	22

2.1.2.5 Dampak Ujaran Kebencian .....	25
2.1.3 Media Sosial .....	25
2.1.3.1 Klasifikasi Media Sosial .....	25
2.1.3.2 Fungsi dan Tujuan Media Sosial.....	27
2.1.3.3 Efek Media Sosial .....	28
2.1.4 Analisis Konten.....	30
2.2 Kerangka Teori.....	31
2.2.1 Teori Ujaran Kebencian ( <i>Hate Speech</i> ).....	31
2.3 Kerangka Pemikiran dan Alur Pemikiran.....	33
2.3.1 Kerangka Pemikiran .....	33
2.3.2 Alur Pemikiran.....	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
<b>BAB III.....</b>	<b>39</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Desain Penelitian .....	39
3.2 Definisi Konsep .....	40
3.2.1 Definisi Ujaran Kebencian ( <i>Hate Speech</i> ).....	40
3.2.2 Instagram .....	41
3.3 Definisi Operasional.....	41
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1 Unit Analisis .....	43
3.4.2 Populasi.....	44
3.4.3 Sampel .....	44
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.5.1 Jenis Data.....	46
3.5.2 Sumber Data .....	46
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.7.1 <i>Scraping</i> data .....	50
3.7.2 Studi Dokumentasi.....	51
3.7.3 Studi Pustaka.....	52
3.8 Teknik Analisis Data .....	52

3.8.1 Teknik Analisis Klaus Krippendorff .....	52
3.8.2 Klasifikasi Ujaran Kebencian Babak Bahador .....	57
<b>BAB IV .....</b>	<b>58</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>58</b>
4.1 Instagram .....	58
4.1.1 Definisi dan Sejarah Instagram .....	58
4.1.2 Fitur-Fitur Instagram.....	60
4.2 Profil Umum Tasyi Athasyia.....	62
<b>BAB V.....</b>	<b>66</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Hasil Uji Validitas .....	69
5.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
5.3 Hasil <i>coding</i> pada Seluruh Dimensi .....	73
5.4 Analisis dan Pembahasan .....	75
5.4.1 Analisis dan Pembahasan Dimensi Ketidaksetujuan ( <i>Disagreement</i> )..	75
5.4.1.1 Indikator Komentar Ketidaksetujuan dengan Ejekan.....	77
5.4.1.2 Indikator Komentar Kebencian yang Menyatakan Ketidaksetujuan dengan Penghinaan.....	79
5.4.2 Analisis dan Pembahasan Dimensi Aksi Negatif ( <i>Negative Action</i> ) ....	82
5.4.2.1 Indikator Komentar Kebencian Menghina Identitas SARA .....	83
5.4.2.2 Indikator Komentar Kebencian Penyebaran Rumor atau Gosip ....	86
5.4.2.3 Indikator Komentar Merendahkan Target di Depan Publik.....	88
5.4.3 Analisis dan Pembahasan Dimensi Karakter Negatif ( <i>Negative Character</i> ).....	91
5.4.3.1 Indikator Komentar Stereotip atau Prasangka.....	92
5.4.3.2 Indikator Komentar Mengesankan Sifat Negatif Target .....	95
5.4.4 Analisis dan Pembahasan Dimensi <i>Demonizing</i> dan <i>Dehumanizing</i> ....	97
5.4.4.1 Indikator Komentar Merendahkan Martabat Target .....	98
5.4.4.2 Indikator Komentar Penggambaran Target sebagai Sosok Jahat Tidak Manusiawi.....	101
5.4.5 Analisis dan Pembahasan Dimensi Aksi Pengancaman atau Provokasi ( <i>Violance</i> ).....	104
5.4.5.1 Indikator Komentar Kebencian yang Mengandung Pengancaman Verbal	105
5.4.5.2 Indikator Komentar Kebencian yang Mengandung Provokasi ....	107

5.4.6 Analisis dan Pembahasan Dimensi Pengancaman Nyawa ( <i>Death</i> ) ....	109
5.4.6.1 Indikator Komentar Kebencian Pengancaman dengan Kalimat Ekstrem .....	111
5.4.6.2 Indikator Komentar Ujaran Kebencian dengan Pengancaman Nyawa .....	114
5.5 Analisis Temuan Penelitian .....	116
<b>BAB VI .....</b>	<b>125</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>125</b>
6.1 Kesimpulan .....	125
6.2 Saran .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2023 .....	2
Gambar 1.2 Jenis Konten Ilegal yang Sering Dijumpai di Media Sosial Indonesia Tahun 2023.....	11
Gambar 4.1 Riwayat Logo Instagram .....	59
Gambar 4.2 <i>Profile</i> Instagram Tasyi Athasyia.....	64
Gambar 5.1 Persentase Ujaran Kebencian pada Dimensi <i>Disagreement</i> .....	76
Gambar 5.2 Frekuensi Ujaran Kebencian Ketidaksetujuan yang Sering Muncul	78
Gambar 5.3 Frekuensi kata Ujaran Kebencian Ketidaksetujuan dengan Penghinaan yang Sering Muncul .....	81
Gambar 5.4 Persentase Komentar Kebencian Dimensi Aksi Negatif ( <i>Negative Actions</i> ) .....	83
Gambar 5.5 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Berdasarkan Identitas SARA yang Paling Sering Muncul.....	85
Gambar 5.6 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Penyebaran Rumor atau Gosip yang Paling Sering Muncul.....	88
Gambar 5.7 Frekuensi kata Ujaran Kebencian Merendahkan yang Paling Sering Muncul .....	90
Gambar 5.8 Diagram Komentar Kebencian Dimensi Karakter Negatif .....	91
Gambar 5.9 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Stereotip atau Prasangka yang Sering Muncul.....	94
Gambar 5.10 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian yang Menggambarkan Sifat Negatif yang Paling Sering Muncul.....	97
Gambar 5.11 Diagram Komentar Kebencian Dimensi <i>Demonizing</i> dan <i>Dehumanizing</i> .....	98
Gambar 5.12 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Merendahkan Martabat Target yang Paling Sering Muncul.....	100
Gambar 5.13 Frekuensi Ujaran Kebencian yang Menggambarkan Sifat tidak Manusiawi yang Paling Sering Muncul .....	103
Gambar 5.14 Diagram Komentar Kebencian Dimensi Aksi Pengancaman Verbal dan Provokasi ( <i>Violance</i> ) .....	104
Gambar 5.15 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Pengancaman Verbal yang paling Sering Muncul.....	106
Gambar 5.16 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Provokasi yang paling Sering Muncul .....	109
Gambar 5.17 Diagram Komentar Kebencian Dimensi Pengancaman Nyawa ( <i>Death</i> ) .....	110

Gambar 5.19 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Pengancaman Nyawa yang Paling Sering Muncul.....	116
--	-----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.4 Penelitian terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	42
Tabel 3.2 <i>Coding sheet</i> Analisis konten Kuantitatif Pemetaan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan akun Instagram @tasyiathasyia .....	53
Tabel 5.1 Contoh Komentar yang Mengandung Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Instagram @tasyiathasyia .....	68
Tabel 5.2 Tabel Uji Validitas .....	70
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 5.4 Hasil <i>Coding</i> pada Seluruh Dimensi.....	74
Tabel 5.5 Hasil Analisis Komentar Ketidaksetujuan dengan Ejekan.....	77
Tabel 5.6 Komentar Kebencian Ketidaksetujuan dengan Ejekkan .....	77
Tabel 5.7 Hasil Analisis Komentar Kebencian Ketidaksetujuan dengan Penghinaan atau kata yang Menyinggung.....	80
Tabel 5.8 Komentar Kebencian Ketidaksetujuan dengan Penghinaan .....	80
Tabel 5.9 Hasil Analisis Indikator Komentar Kebencian yang Memuat Penghinaan Identitas .....	84
Tabel 5.10 Komentar Kebencian yang Mengandung Unsur Penghinaan terhadap Identitas .....	84
Tabel 5.11 Hasil Analisis Indikator Komentar kebencian yang menyebarkan Rumor atau Gosip .....	86
Tabel 5.12 Komentar Kebencian yang Menyebarkan Rumor atau Gosip.....	87
Tabel 5.13 Hasil Analisis Indikator Komentar yang Merendahkan Target di Depan Publik .....	88
Tabel 5.14 Komentar Kebencian yang Merendahkan Target di Depan Publik ....	89
Tabel 5.15 Hasil Analisis Indikator Komentar Stereotip atau Prasangka .....	92
Tabel 5.16 Komentar Kebencian Penyebaran Stererotipe dan Prasangka .....	93
Tabel 5.17 Hasil Analisis Indikator Komentar Mengesankan Sifat Negatif Target .....	95
Tabel 5.18 Komentar Kebencian yang Menunjukkan Sifat Negatif .....	96
Tabel 5.19 Hasil Analisis Indikator Komentar Merendahkan Martabat Target....	99
Tabel 5.20 Komentar Kebencian Merendahkan Martabat .....	99
Tabel 5.21 Hasil Analisis Indikator Komentar Menggambarkan Target sebagai Sosok yang Tidak Manusiawi .....	101
Tabel 5.22 Komentar Kebencian yang Menggambarkan Target Sebagai Sosok yang Tidak Manusiawi.....	102



Tabel 5.23 Hasil Analisis Indikator Komentar Kebencian yang Megandung Pengancaman Verbal.....	105
Tabel 5.24 Komentar Kebencian yang Mengandung Pengancaman Verbal.....	105
Tabel 5.25 Hasil Analisis Indikator Komentar Kebencian yang Megandung Provokasi.....	107
Tabel 5.26 Komentar Kebencian yang Mengandung Provokasi.....	108
Tabel 5.27 Hasil Analisis Indikator Pengancaman dengan Kalimat Ekstrem.....	111
Tabel 5.28 Komentar Kebencian yang mengandung Pengecaman dengan Kalimat Ekstrem .....	111
Gambar 5.18 Frekuensi Kata Ujaran Kebencian Pengecaman dengan Kalimat Ekstrem .....	113
Tabel 5.29 Hasil Analisis Indikator Pengancaman Nyawa.....	114
Tabel 5.30 Komentar Kebencian yang Mengandung Ancaman Nyawa .....	115

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Alur pemikiran.....35

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

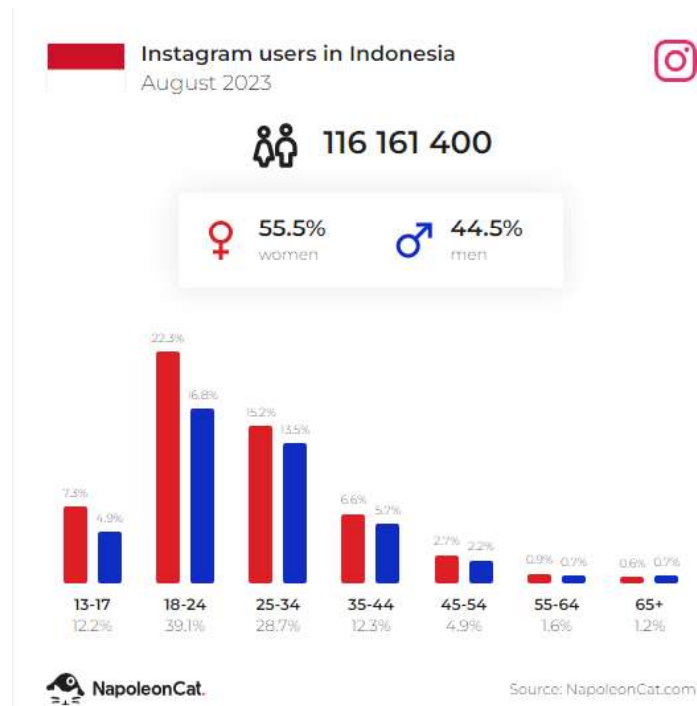
Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi yang didukung oleh kehadiran *smartphone* dan akses internet, telah membentuk lanskap komunikasi moderen. Pemanfaatan *platform* media sosial seperti Line, WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, Tiktok dan Instagram telah membawa revolusi signifikan dalam cara masyarakat berkomunikasi di era saat ini. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai medium untuk membangun jaringan relasi daring dan juga sebagai wadah untuk berbagi informasi (Nasrullah, 2015). Media sosial memberikan kemampuan kepada penggunanya untuk menyebarkan berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, audio, video, dan informasi lainnya (Kotler & Keller, 2016).

Ragam fasilitas komunikasi yang disajikan oleh *platform* media sosial menjadikannya sebuah forum yang terbuka dan inklusif (Liu & Sari, 2019). Melalui media sosial, individu memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan orang lain, baik melalui pembaruan status, komentar, kritik, atau bahkan tindakan negatif dengan beragam fasilitas yang disediakan oleh media sosial seperti partisipasi siaran langsung, berbagi foto atau video, dan interaksi di dalamnya menjadi lebih mudah dan luas.

Saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling populer dan digemari di kalangan masyarakat global. Keberhasilan ini senantiasa disokong oleh sejumlah fitur menarik yang ditawarkan oleh Instagram itu sendiri dengan beragam

fitur visual seperti gambar, cerita pendek, kanal IGTV, opsi eksplorasi konten, interaksi dalam bentuk tanda suka, komentar serta filter visual yang dirancang untuk memberikan dimensi artistik dan atraktif dalam berbagi foto dan video.

**Gambar 1.1** Data Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2023



(Sumber: NapoleonCat.com)

Informasi yang terdapat dalam data Napoleon Cat pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 116.161.400 pada bulan Agustus 2023, yang mewakili 41,4% dari total populasi Indonesia. Mayoritas dari pengguna tersebut adalah perempuan pada angka 55,5%, sementara laki-laki sebanyak 44,5%. Pengguna terbesar berada dalam rentang usia 18-24 tahun, dengan jumlah mencapai 45.400.000. Perbedaan yang paling signifikan antara pria dan wanita dapat diamati pada rentang usia 18 hingga 24 tahun, dimana perempuan memimpin dengan jumlah sebanyak 19.500.000.

Instagram memegang signifikansi istimewa dalam kerangka interaksi sosial digital, terutama karena *platform* ini telah menciptakan medium baru bagi individu guna berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi melalui elemen visual. Salah satu metodenya adalah dengan menggunakan visualisasi cerita yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berbagi momen menggunakan gambar dan video singkat, serta mampu memberikan dimensi visual yang kuat pada interaksi tersebut.

Meskipun Instagram menyediakan beragam fasilitas interaksi, *platform* ini juga mendatangkan sejumlah isu yang sensitif sebagai bagian dari ekosistem media sosial di era digital saat ini. Hal ini mencakup pelanggaran privasi, praktik doksing, phishing, tindakan pelecehan, penipuan, penyebaran konten ilegal, dan lain-lain. Salah satu perdebatan mendasar yang sering mengemuka di lingkungan Instagram adalah prevalensi dan penanganan konten ujaran kebencian yang sering kali memiliki unsur diskriminatif. Selain itu, fitur anonimitas yang dimungkinkan oleh *platform* ini turut memicu kontroversi terkait ujaran kebencian, sebab memberi kesempatan bagi individu untuk menyebarkan pesan kebencian tanpa harus mengungkapkan identitas pribadi mereka (Harmaningsih et al., 2021).

*Platform* media sosial dalam era digital ini telah menjadi arena interaksi dan komunikasi yang melibatkan jutaan pengguna di seluruh dunia. Salah satu bentuknya adalah melalui pertukaran komentar terkait pandangan dan pengalaman individu terhadap suatu postingan atau berita. Menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komentar merujuk pada sebuah ulasan atau *respons* terhadap berita, pidato, atau hal lainnya, dengan maksud memberikan klarifikasi atau penjelasan terkait suatu hal. Aktivitas memberikan komentar dianggap wajar

ketika ekspresi yang diungkapkan bersifat positif atau bersifat konstruktif. Namun, tidak jarang dalam lingkungan media sosial, komentar dapat membentuk ujaran kebencian terhadap individu maupun kelompok, dengan memanfaatkan retorika kritik sebagai payungnya (Firmina & Partini, 2019). Namun, yang dianggap sebagai kritik ini sayangnya seringkali merosot dari karakter pembangunan dan malah cenderung merujuk pada tindakan penghinaan.

Seiring dengan perkembangan waktu, ujaran kebencian bukan hanya hadir di kehidupan sehari-hari, tetapi juga merambah ke dunia digital. Model komunikasi semacam ini mengemuka melalui *platform* media sosial yang menyajikan berbagai fitur fungsionalitas. Dari fitur partisipasi seperti kolom komentar, tanda suka (*like*), opsi berbagi (*share*), komunikasi pribadi, hingga penyajian konten langsung melalui *live streaming*. Ragam fitur ini membentuk lingkungan baru untuk ekspresi individu dan aliran ide.

Fitur komentar termasuk salah satu fitur Instagram yang paling dikenal oleh pengguna Instagram. Fitur ini memberi kemampuan kepada pengguna dalam menyatakan pendapat mengenai konten yang diunggah. Kini, media sosial telah menjadi medium interaksi di mana individu-individu dapat berkomunikasi tanpa perlu mengenal secara pribadi, mengetahui identitas, atau bahkan berjumpa fisik, dengan menggunakan fasilitas *direct messenger* atau melalui kolom komentar.

Fitur komentar memiliki peranan sebagai tempat untuk berdiskusi atau berbicara tentang aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan unggahan dalam konteks percakapan yang memiliki ciri konstruktif. Namun, dalam praktiknya terdapat situasi dimana pengguna media sosial seringkali mengungkapkan kalimat

dengan nuansa negatif, yang mungkin berisi ujaran kebencian atau bentuk tindakan kekerasan verbal yang ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu.

Salah satu kelemahan memanfaatkan media sosial adalah penyebaran *hate speech* atau ujaran kebencian. Ada beberapa faktor penyebab timbulnya ujaran kebencian seperti dipicu dengan adanya permasalahan emosional pribadi, berita yang sedang berkembang baik itu nyata atau bohong, atau hanya sekedar iseng. *Hate speech* masuk dalam kategori *cyberbullying* karena berfokus pada penghinaan, penurunan martabat, dan menyebabkan penderitaan emosional pada korban. (Beryandhi, 2020).

Ujaran kebencian mengacu pada komunikasi berisi konten yang ditandakan dengan pesan kedengkian atau perilaku komunikasi yang agresif serta menghina yang bertujuan untuk melukai perasaan pihak yang dituju. Ujaran kebencian dapat terjadi dalam konteks ruang publik maupun akademik dan sering kali muncul sebelum era media digital (Irawan, 2018). Namun, sangat disayangkan bahwa fenomena ujaran kebencian seringkali tidak memperoleh alokasi perhatian yang cukup. Hal ini terjadi karena sulitnya mengumpulkan bukti yang kuat dan kompleks dalam kasus itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa ujaran kebencian dapat lebih meluas akibat hadirnya media baru yang memfasilitasinya, bukan berasal dari media sosial.

Fenomena ujaran kebencian dapat dialami oleh rentang usia, dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini didukung pada fakta dari Obermaier & Schmuck (2022) dalam *Youth as Targets: factor of Online Hate Speech Victimization among Adolescents and Young Adults*, yang menyatakan sejumlah besar remaja dan

dewasa muda menjadi sasaran ujaran kebencian *online*, penelitian tersebut mengidentifikasi enam profil yang menjadi target viktimisasi yang disebabkan oleh jenis kelamin, latar belakang migrasi, agama atau keterlibatan politik.

Ujaran kebencian dapat timbul karena adanya ketidakjelasan fakta yang disebarluaskan dan tidak adanya aturan yang mengekang dalam penulisan sebuah informasi di *platform* media *online* memungkinkan siapa pun yang memiliki akses ke media tersebut untuk menyebarkan informasi tanpa melalui proses penyaringan terlebih dahulu (Rahmadhany et al., 2021).

Ujaran kebencian tentu dapat menampakkan potensi ancaman yang signifikan dalam kerangka bermedia sosial. Sebagaimana dipaparkan oleh European Commission (2016), ujaran kebencian memiliki kapabilitas untuk menguatkan serta meluaskan persepsi negatif dan diskriminatif terhadap individu-individu maupun kelompok sasaran, yang pada gilirannya memiliki potensi untuk mengakibatkan munculnya polarisasi sosial bahkan eskalasi konflik antar kelompok.

Lebih lanjut dari perspektif psikologis, ujaran kebencian mampu memicu dampak negatif terhadap kesejahteraan mental dan psikologis individu yang menjadi korbannya. Implikasi tersebut muncul sebagai akibat serangan verbal merendahkan dan menghina, yang berpotensi menginduksi tingkat stres, depresi, kecemasan, dan trauma psikologis pada korban (Navvaro, R., Jasinkaja- Lathi & Juvonen, 2019).

Peningkatan prevalensi komentar kebencian di *platform* media sosial menjadi isu yang semakin diperhatikan secara global. Fenomena ini mencerminkan



pergeseran dalam cara komunikasi dan interaksi manusia dalam lingkungan digital. Anonimitas dan jarak digital yang disediakan oleh *platform* media sosial memungkinkan pengguna untuk dapat menyebarkan konten yang kontroversial dan provokatif, termasuk komentar kebencian yang dimaksudkan untuk mencari perhatian atau reaksi yang mana dapat berdampak luas.

Penyebaran komentar ujaran kebencian yang bernada rasis atau xenofobia secara signifikan mengarah pada penurunan tingkat ketaatan terhadap norma-norma tersebut. Fenomena ini sesuai dengan temuan dari studi yang dilakukan oleh Sporlein dan Schuleter (2020), yang mencatat bahwa pengamatan terhadap pernyataan penghinaan terhadap kelompok etnis dalam bagian komentar menghasilkan peningkatan jumlah penghinaan dalam komentar-komentar yang menyusulnya. Dengan ini, dapat dikatakan bahwa ujaran kebencian merupakan permasalahan serius pada era digital seperti sekarang ini.

Jumlah pengikut yang besar pada akun media sosial seorang tokoh publik memberikan kebebasan kepada pengguna internet untuk memberikan komentar terhadap setiap tindakan yang dilakukan oleh tokoh publik tersebut. Citra yang merosot atau kurang baik dari sudut pandang publik dapat memunculkan komentar yang merendahkan dan pandangan negatif yang cenderung bermuara pada rasa benci dari *netizen* kepada tokoh publik tersebut.

Bagi seorang tokoh publik, memiliki *fans* dan *haters* adalah fenomena yang umum dan selalu menyertai kehidupannya. *Haters* adalah istilah yang merujuk kepada individu atau kelompok yang fokus pada pengkritikan terhadap orang yang menjadi sasaran mereka. Namun, menurut Rahmadani (2021) situasi ini dapat

menjadi berbahaya apabila seseorang mengekspresikan rasa kebenciannya tersebut secara berlebihan dan meluapkan perasaan negatifnya di media sosial. Contohnya, seperti yang terlihat dalam kutipan dari kolom komentar akun Instagram seorang *content creator* asal Indonesia yaitu @tasyiathasyia, yang baru-baru ini menarik perhatian luas dari sebagian besar pengguna internet.

“pantes badannya gede karyawannya kasih mie dong wkwkwks”  
 @maria\_doresia  
 “manusia ampasssss” @traveleatovedine  
 “paling gabisa soal kingkong” @favperson48  
 “Ny puff mah baik... penyihir Ursula lebih cocok?.. mirip tidak berperikemanusiaan” @melisafernandareal  
 “Ursula angkuh suka motong omongan orang, gamau kalah gamau salah”  
 @zidane\_3445  
 “kebanyakan ngomong kek anjing mengonggong” @bellajni  
 “muka ARAB kelakuan ISRAEL” @cx\_exolite  
 “jijik banget, melebihi dari Najis” @ctrgabriella

Ragam pernyataan di atas diduga mengandung ujaran kebencian yang dinyatakan oleh warga net melalui kolom komentar unggahan akun Instagram seorang *content creator* Indonesia, yaitu Tasyi Athasyia. Ujaran kebencian ini timbul akibat adanya isu yang berkembang saat Tasyi Athasyia sedang berlibur di Dubai, yakni isu terkait penundaan gaji karyawan selama tiga bulan, persediaan kebutuhan pangan yang tidak tercukupi, dan pelanggaran privasi karyawan yang dilakukan oleh suami Tasyi Athasyia kepada tim yang ikut pergi ke Dubai. Akibat dari isu tersebut, dalam video yang diunggah di *platform* Instagram pada tanggal 06 Juni dan 14 Juni, berbagai komentar muncul sebagai bentuk tanggapan terhadap isu yang sedang beredar.

Pada unggahan video Instagram tanggal 06 Juni, Tasyi beserta suaminya menunjukkan diri sedang berlibur di Dubai dengan menaiki kapal mewah untuk menikmati suasana Dubai. Unggahan ini dipilih karena unggahan tersebut

merupakan unggahan yang terakhir kali diunggah ketika ia menikmati liburan di Dubai, yang mana pada kolom unggahan tersebut dibanjiri komentar dari warga net yang menganggap dirinya dan suami bersenang-senang diatas penderitaan orang lain yang tidak mendapatkan haknya. Selain itu, unggahan pada tanggal 14 Juni juga dipilih karena berisi video klarifikasi terkait isu yang sedang beredar. Pada kolom komentar video tersebut, banyak tanggapan negatif dari warga net yang berpendapat bahwa Tasyi Athasyia lebih fokus melindungi citra dirinya daripada memberikan permintaan maaf yang tulus.

Umumnya, fenomena ujaran kebencian atau komentar negatif menyebar secara meluas di berbagai *platform* media sosial. Dampak dari fenomena ini tercermin dalam hasil implementasi program Virtual Police, yang dirancang untuk memberikan peringatan kepada akun-akun yang diduga melakukan ujaran kebencian dan ekspresi SARA yang melanggar ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sejak diluncurkan, program Virtual Police telah berlangsung selama 100 hari kerja (23 Februari 2021 – 31 Mei 2021), di mana Twitter memimpin dalam jumlah teguran yang diberikan, mencapai total 215 akun yang menerima peringatan. Disusul oleh Facebook dengan 180 akun yang mendapatkan teguran, Instagram dengan 14 akun, dan YouTube dengan 19 akun yang mendapat teguran (Dirgantara, 2021).

Namun, *platform* Instagram dipilih dalam penelitian ini karena Instagram merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2023 berdasarkan data dari We Are Social 2023. Selain itu, meskipun isu Tasyi awalnya diperbincangkan di *platform* Twitter, ketersediaan data ujaran kebencian lebih banyak terlihat di *platform* Instagram, meskipun cuitan

negatif tentang dirinya juga ada di Twitter. Selain itu, cuitan tersebut juga lebih tertutupi oleh mereka yang memanfaatkan tagar *trending* untuk berjualan atau menyebarkan konten negatif lain yang tidak berkaitan dengan kasus tersebut.

Jumlah pengikut yang besar pada akun media sosial seorang tokoh publik memberi keleluasaan kepada netizen untuk memberikan komentar terhadap setiap tindakan yang dilakukan oleh tokoh publik tersebut. Citra yang merosot atau kurang baik dari sudut pandang publik dapat memunculkan komentar yang merendahkan dan pandangan negatif yang cenderung bermuara pada rasa benci dari netizen kepada tokoh publik tersebut.

Studi mengenai ujaran kebencian merupakan studi berbagai disiplin ilmu, termasuk studi bahasa, ilmu komputer, ilmu komunikasi, serta bidang-bidang lainnya. Namun, dalam ilmu komunikasi, studi ujaran kebencian menekankan pada pemahaman teks ujaran kebencian dalam konteks penggunaan ruang publik dan media sosial serta berfokus pada bagaimana interaksi atau aktivitas di media massa memungkinkan menghasilkan atau menyebarkan ujaran kebencian (Kusumasari & Arifianto, 2020). Ujaran kebencian adalah bagian dari komunikasi media yang dapat disampaikan melalui *platform* media sosial, surat kabar, televisi, radio, situs web berita, dan media lainnya.

Ditinjau dari buku Teori Hubungan Manusia Littlejohn et al., (2017), komunikasi yang terjadi baik secara langsung ataupun termediasi dipengaruhi oleh banyak variabel salah satunya budaya. Nilai-nilai, norma-norma dan keyakinan budaya dapat mempengaruhi bagaimana individu berkomunikasi. Dalam konteks ujaran kebencian, peran nilai-nilai dan norma-norma budaya berubah akibat

pergeseran budaya komunikasi, yang berdampak pada model komunikasi dan perilaku berbahasa di lingkungan internet (Windyastari & Maulin, 2019).

Adapun alasan pemilihan judul “Memetakan Ujaran Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)” yaitu *Pertama*, fenomena ujaran kebencian merupakan permasalahan yang cukup signifikan dalam konteks bermedia sosial saat ini. Dengan mengangkat topik ini, peneliti akan mengangkat permasalahan yang relevan dengan keadaan saat ini dan memberikan kontribusi dalam memahami jenis-jenis ujaran kebencian serta dampak yang ditimbulkan dari ujaran kebencian dan bagaimana tindak penanganannya.

**Gambar 1.2** Jenis Konten Ilegal yang Sering Dijumpai di Media Sosial Indonesia Tahun 2023



(Sumber: PR2Media)

Hal ini ditunjang dari data yang ditemui oleh peneliti dalam Gambar 1.2 dari hasil survey yang dilakukan oleh PR2Media, pada Januari hingga Maret 2023 terhadap 1.500 pengguna media sosial di Indonesia yang mayoritas berusia 18-30 tahun. Hasil survei yang disampaikan oleh 1.500 responden ini menggambarkan

realitas bahwa ruang media sosial di Indonesia terbukti terpenuhi oleh konten ilegal, terutama *hate speech*, sebagaimana yang dikemukakan oleh 67,2% dari total responden yang dilibatkan dalam survei. Selanjutnya, dalam urutan kedua, misinformasi atau *hoax* menduduki peringkat yang cukup signifikan, terlihat dari 66,7% responden yang menyatakan sering menemui konten semacam itu. Penipuan dan pencemaran nama baik juga menjadi bentuk konten ilegal yang merambah, dengan persentase 57,9% dan 43,5% responden masing-masing. Temuan lainnya termasuk konten pornografi yang diidentifikasi oleh 40% responden, pelanggaran hak cipta sebanyak 40,7%, serta penyebaran data pribadi atau *doksing* dengan *andil* 34%, dan berbagai jenis konten ilegal lainnya, termasuk di antaranya terkait perjudian (33,9%), terorisme (12,9%), dan perdagangan manusia (8,8%).

*Kedua*, ujaran kebencian memiliki efek yang sangat signifikan. Salah satu efek negatif dari ujaran kebencian adalah kemungkinan penyebaran ujaran kebencian yang akan semakin meluas. Ini sesuai dengan hasil studi sebelumnya oleh Benjumea (2023) yang menyatakan bahwa paparan terhadap ujaran kebencian dapat berkontribusi pada penurunan norma sosial sehingga berkorelasi pada peningkatan jumlah komentar yang bersifat kebencian. Lebih lanjut, ujaran kebencian dapat memberikan dampak jangka panjang pada masyarakat dan penerima kebencian seperti timbulnya perubahan emosional, perilaku dan perlakuan berbeda terhadap minoritas (Calvert, 1997). Ujaran kebencian juga dapat menghambat komunikasi konstruktif, mendorong polarisasi dan membentuk *echo chamber* yang dimana individu hanya terpapar pada pandangan yang sama dengan mereka (Jurgen Grim, 1986). Oleh karena itu, jika fenomena ini dibiarkan terus menerus maka dapat menciptakan suasana dimana komentar kebencian lebih

mungkin muncul karena dianggap sebagai hal wajar.

Pemilihan Instagram sebagai *platform* media sosial dalam penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbesar pada tahun 2023, sebagaimana yang diindikasikan oleh data yang disampaikan oleh We Are Social. Selain itu, akun Instagram @tasyiathasyia terpilih sebagai objek penelitian karena komentar ujaran kebencian pada akun tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan akun media sosial lain yang dimilikinya, seperti Facebook dan YouTube.

Analisis konten kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk melihat ragam jenis ujaran kebencian pada kolom komentar, sehingga nanti data dapat dianalisis menggunakan persentase dan frekuensi. Dalam pengolahan data penelitian, peneliti memerlukan metode untuk mengklasifikasikan ujaran kebencian, yakni dengan memanfaatkan kategorisasi ujaran kebencian menurut Babak Bahador. Penelitian ini menganalisis ujaran kebencian menjadi enam kategori yaitu *disagreement* (ketidaksetujuan), *negative action* (tindakan negatif), *negative character* (penghinaan terhadap karakter), *demonizing and dehumanizing* (penghinaan dan merendahkan menggunakan kata yang mengecilkan), *violence* (kekerasan) dan *death* (ancaman penghilangan nyawa).

Rasionalisasi tersebut membentuk dasar pemilihan akun Instagram @tasyiathasyia sebagai sasaran penelitian. Akun ini dianggap sangat relevan dalam menggambarkan konteks dan karakteristik ujaran kebencian dalam media sosial. Maka, dengan memperhitungkan alasan-alasan yang telah dijelaskan, peneliti mengambil keputusan untuk mengusung judul penelitian "**Memetakan Ujaran**

## **Kebencian pada Kolom Komentar Unggahan Instagram @tasyiathasyia (Studi Analisis Konten Kuantitatif)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan merujuk pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pemetaan ujaran kebencian pada kolom komentar unggahan akun Instagram @tasyiathasyia dilakukan secara sistematis menggunakan analisis konten kuantitatif?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada pernyataan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan ujaran kebencian pada kolom komentar unggahan akun Instagram @tasyiathasyia secara sistematis menggunakan analisis konten kuantitatif.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam menghasilkan sumbangsih pemikiran, memperkaya konsep-konsep ilmu komunikasi, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan pemetaan komentar kebencian dan perilaku interaksi *online* lainnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai jenis dan konsekuensi dari ujaran kebencian yang muncul di *platform* media sosial. Hal ini dapat membantu pembaca



memahami fenomena ini dengan lebih baik dan mengidentifikasi potensi dampaknya.

2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan edukasi untuk pengguna media sosial, khususnya para pengguna akun Instagram. Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang risiko komentar kebencian, mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam interaksi yang lebih positif, serta mendorong sikap saling menghormati dalam komunikasi *online*.
3. Dalam kesadaran terhadap fenomena sosial, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran pembaca terhadap fenomena komentar kebencian di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk merangsang diskusi sehat dalam memerangi ujaran kebencian secara kolektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Álvarez-Benjumea, A. (2023). Uncovering Hidden Opinions: Social Norms and The Expression of Xenophobic Attitudes. *European Sociological Review*, 39(3), 449–463. <https://doi.org/10.1093/esr/jcac056>
- Alya, N. (2023). *Minimnya Etika di Media Sosial, Inilah Penyebab dan Cara Mengatasinya*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/naulynee0743/64a377b24addee445e46bc33/minimnya-etika-di-media-sosial-inilah-penyebab-dan-cara-mengatasinya>
- Anderson, L., & Barnes, M. (2022). *Hate Speech*. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/hate-speech/>
- Anisah, A. (2021). *Analisis Isi Pesan Ujaran Kebencian pada Program Acara Obras*. IAIN Parepare.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Ujaran Kebencian KBBI*. Kbbi.Kemendikbud.Go.Id. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ujaran-kebencian>
- Bahador, B. (2023). Monitoring Hate Speech and The Limits of Current Definition. *SSOAR : Open Access Repository*, 291–298. <https://doi.org/10.48541/dcr.v12.17>
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Benesch, S. (2014). Defining and Diminishing Hate Speech. *State of the World's Minorities and Indigenous Peoples 2014 (Hrsg.: Minority Rights Group International)*, 19–25.
- Beryandhi, M. (2020). *Media Baru dan Fenomena Hate Speech di Indonesia: Media Penyakit Sosial Baru*. Kumparan. <https://kumparan.com/mohamad-beryandhi/media-baru-dan-fenomena-hate-speech-di-indonesia-media-penyakit-sosial-baru-1uTKOats1y9>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Cahyono, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(1), 140.
- Calvert, C. (1997). Hate Speech and Its Harms: A Communication Theory Perspective. *Journal of Communication*, 47(1), 4–19. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02690.x>
- Clark, J. L., & Green, M. C. (2019). The Social Consequences of Online Interaction. *The Oxford Handbook of Cyberpsychology, March 2019*, 215–237. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198812746.013.14>
- Commission, E. (2016). Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech

- Online. *Oxford Academic*.
- Costello, M., Hawdon, J., & Ratliff, T. N. (2017). *Confronting online extremism: The effect of self-help, collective efficacy, and guardianship on being a target for hate speech*. *Social Science Computer Review*, 35(5), 587–605. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0894439316666272>
- Dirgantara, A. (2021). *419 Konten Medsos Ditegur Terkait Hate Speech dalam 100 Hari Kapolri*. Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5563094/419-konten-medsos-ditegur-terkait-hate-speech-dalam-100-hari-kapolri>
- Effendi, M. (1994). *Dimensi/Dinamika Hak Asasi Manusia dalam Hukum Nasional dan Internasional*. Ghalia Indonesia.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Kencana Prenada Media Group.
- Ferrin, D. L., Kim, D. J., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
- Firmina, A., & Partini. (2019). Perilaku Hate Speech pada Remaja di Media Sosial Instagram. *Fakultas Psikologi*.
- Ginting, R. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Insania.
- Harmaningsih, D., Yunarti, S., & Wijayanti. (2021). Anonimitas Netizen di Media Sosial. *KRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 76–85.
- Hidajat, M., Adam, A. R., Danaparamita, M., & Suhendrik, S. (2015). Dampak Media Sosial dalam Cyber Bullying. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 6(1), 72. <https://doi.org/10.21512/comtech.v6i1.2289>
- Irawan, I. (2018). Hate Speech di Indonesia. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/10.32923/maw.v9i1.712>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc. [https://books.google.co.id/books?id=q657o3M3C8cC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=q657o3M3C8cC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Kusumasari, D., & Arifianto, S. (2020). Makna Teks Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.4045>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. ., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. Waveland Publisher Inc. [https://books.google.co.id/books?id=yJ32DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_book\\_similarbooks#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=yJ32DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_book_similarbooks#v=onepage&q&f=false)
- Liu, I., & Sari, Y. A. (2019). Klasifikasi Hate Speech Berbahasa Indonesia di Twitter Menggunakan Naive Bayes dan Seleksi Fitur Information Gain dengan Normalisasi Kata. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu*

- Komputer*, 3(5), 4914–4922.
- Lutfie, N. (2015). *Identitas Diri di Media Sosial: Komunikasi Identitas dalam Dunia Maya*.
- Maria, R. (2018). Analisis High Order Thinking Skills (HOTS) Taksonomi Bloom dalam Buku Teks Sejarah Indonesia [Universitas Pendidikan Indonesia]. In *repository.upi.edu*. <http://repository.upi.edu/id/eprint/45344>
- Moleong, L. J. (2015). *Model Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. (2009). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Nathaniel, F. (2017). *Mengapa Hoax dan Ujaran Kebencian di Media Sosial Tak Mereda? Baca selengkapnya di artikel "Mengapa Hoax dan Ujaran Kebencian di Media Sosial Tak Mereda?"* Tirto.Id. <https://tirto.id/mengapa-hoax-dan-ujaran-kebencian-di-media-sosial-tak-mereda-cBSR>
- Navvaro, R., Jasinkaja- Lathi, L., & Juvonen, J. (2019). Emotional Reaction to Witnessing Hate Speech: A Cross-National Perspective. *International Journal Of Intercultural Relations*, 7(2), 1-1–0.
- Neunendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications, Inc.  
[https://books.google.co.id/books?id=huPVtmu4sigC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=huPVtmu4sigC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Obermaier, M., & Schmuck, D. D. S. (2022). Youths As Targets: Factors of Online Hate Speech Victimization Among Adolescents And Young Adults. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac012>
- Phillips, W. (2016). *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship Between Online Trolling and Mainstream Culture*. The MIT Press.
- Rahmadani, F. (2021). Ujaran kebencian Netizen Indonesia dalam Kolom Komentar Instagram Selebgram Indonesia: Sebuah Kajian Linguistik Forensik. *AKSARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 22(1), 1–19. <https://doi.org/10.23960/aksara/v22i1.pp1-19>
- Rahmadhany, A., Aldila Safitri, A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 30–43. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. Addison-Wesley Professional.
- Saloom, G. (2022). Hate Speech: Psychological Perspective. *AL Hikmah Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 9–20. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah>
- Sopyan, D. Y. (2019). *Netiquette sebagai Norma Komunikasi*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sulaeman, R. O. (2022). Perenarapan Junalisme Damai dalam Pemberitaan Demonstrasi terhadap Penolakan Jabatan Presiden Tiga Periode. In *repository.upi.edu*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syahrudin, M., Sarlan, A., Asmurti, & Muslan. (2023). *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas (Sebuah Transisi Sosial sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial)*. Green Publisher Indonesia. [https://www.google.co.id/books/edition/FENOMENA\\_KOMUNIKASI\\_DI\\_ERA\\_VIRTUALITAS\\_S/m4-\\_EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ujaran+kebencian&pg=PA135&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/FENOMENA_KOMUNIKASI_DI_ERA_VIRTUALITAS_S/m4-_EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=ujaran+kebencian&pg=PA135&printsec=frontcover)
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- Waltman, M. S., & Mattheis, A. (2017). Understanding Hate Speech. *Oxford Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.422>
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69. <https://ejournal.amikompuwokoerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1034>
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. SAGE Publications, Inc. [https://books.google.co.id/books?id=nLhZm7Lw2FwC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=nLhZm7Lw2FwC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2000). *Mass Media Research: an Introduction*. Wadsworth Publishing Company.
- Windyastari, G. M., & Maulin, M. (2019). Fenomena Ujaran Kebencian Di Media Sosial. *Ilmu Komunikasi*, 3(2252), 58–66.
- Zuchdi, D., & Afifah, W. (2021). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika Dalam Penelitian*. Bumi Aksara.