

SKRIPSI

KLASIFIKASI KEMARAHAN PADA KOMUNITAS MARAH- MERAH DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER



JULIANI PUSPITA DINI

07021382126137

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

SKRIPSI

KLASIFIKASI KEMARAHAN PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
S-1 Sosiologi (S.Sos)
Pada
Program Studi S1 Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



JULIANI PUSPITA DINI

07021382126137

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

KLASIFIKASI KEMARAHAN PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1

Oleh:

JULIANI PUSPITA DINI

07021382126137

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Mery Yanti, S.Sos, MA

NIP 197705042000122001



14/3-2025



Mengetahui,
Ketua jurusan Sosiologi,
Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KLASIFIKASI KEMARAHAN PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER

Skripsi

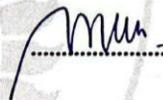
JULIANI PUSPITA DINI
07021382126137

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 18 Maret 2025

Pembimbing :

Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

Tanda Tangan



Penguji :

1. Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos
NIP. 199206062019032025

Tanda Tangan

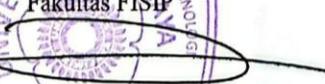


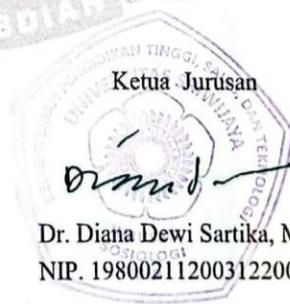
2. Febrimarani Malinda, S.Sos., MA
NIP. 198602112020122000



Mengetahui,



Dekan
Fakultas FISIP

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



Ketua Jurusan

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI**

Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juliani Puspita Dini
NIM : 07021382126137
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul "Klasifikasi Kemarahan Pada Komunitas Marah-Marah Di Platform Media Sosial X (Twitter)" ini benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penyalahgunaan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme) terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 14 Maret 2025



Juliani Puspita Dini

NIM. 07021382126137

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Klasifikasi Kemarahan pada Komunitas Marah-Marah di Platform Media Sosial X (Twitter)" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata (S-1) pada program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bantuan, saran, serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga skripsi penulis dapat selesai tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Mbak Gita Isyanawulan, S.Sos., MA selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi
5. Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyelesaian skripsi saya
6. Mbak Yosi Arianti, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan saran selama perkuliahan
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen di Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga bagi saya sehingga saya bisa mendapatkan gelar S.Sos

8. Mbak Irma selaku Staf Kepegawaian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi.
9. Kedua orang tua saya yang selalu percaya dan memberikan doa, dukungan, motivasi, dan semangat yang tiada hentinya hingga saat ini.
10. Kakak saya Wahyu yang telah memberikan dukungan, motivasi dan kasih sayang selama ini.
11. We-We Gombel's Squad: Rintan Trinanda Resta, Jennifer Olivia Sitorus, dan Nur Fitri Angraini yang tidak hanya menjadi teman yang baik bagi saya, juga selalu memberikan bantuan, semangat, doa, serta kebersamaan dari MABA hingga penyusunan skripsi ini.
12. Kopken Squad: Andini Kartika Putri dan TP. Ningrum yang selalu ada setiap hari dan saling mengajak dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Yttaye Squad: Riris, Dias, Intan, Rahma, dan Natha yang selalu menghibur setiap harinya
14. Seluruh teman-teman mahasiswa Sosiologi angkatan 21, yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan dan pengalamannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam jurusan sosiologi, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Palembang, 18 Maret 2025

Penulis

ABSTRAK

KLASIFIKASI KEMARAHAN PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI PLATFORM MEDIA SOSIAL TWITTER

Penelitian ini membahas ekspresi kemarahan dalam Komunitas Marah-Marah di platform media sosial X. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengklasifikasikan bentuk kemarahan yang diekspresikan oleh anggota komunitas serta menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika, penelitian ini mengidentifikasi delapan kategori utama kemarahan dalam komunitas tersebut yaitu masalah percintaan, masalah keluarga, masalah studi, masalah pekerjaan, masalah personal, masalah interpersonal, frustrasi terhadap pelayanan publik, dan kemarahan terhadap publik figur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemarahan dalam komunitas ini memiliki makna yang berlapis. Secara denotatif, kemarahan adalah reaksi emosional dasar yang muncul sebagai respon langsung terhadap stimulus yang dianggap mengganggu, menyakiti, atau mengancam individu. Secara konotatif, kemarahan memiliki makna lebih dalam, simbolis, dan kontekstual tergantung pada budaya, pengalaman sosial, dan nilai-nilai yang melatarbelakanginya. Sementara itu, dalam konteks mitos, kemarahan adalah konstruksi sosial yang dimaknai sebagai hal yang lumrah, bahkan dibenarkan oleh masyarakat dalam konteks tertentu.

Kata Kunci: Klasifikasi Kemarahan, Komunitas Marah-Marah, Media Sosial X, Semiotika Roland Barthes

Pembimbing



Mery Yanti, S.Sos., MA

NIP 197705042000122001

Palembang, 14 Maret 2025

Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si

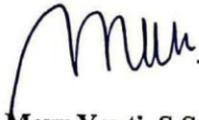
NIP. 198002112003122003

ABSTRACT**CLASSIFICATION OF ANGER IN THE "MARAHAH-MARAHAH" COMMUNITY
ON THE TWITTER SOCIAL MEDIA PLATFORM**

This research discusses the expression of anger in the Marah-Marah Community on the X social media platform. The purpose of this study is to classify the forms of anger expressed by community members and analyze the denotative, connotative, and mythical meanings using Roland Barthes' semiotic theory. Using a descriptive qualitative research method with a semiotic approach, this study identified eight main categories of anger in the community, namely romance problems, family problems, study problems, work problems, personal problems, interpersonal problems, frustration with public services, and anger towards public figures. The results show that anger in this community has multiple meanings. Denotatively, anger is a basic emotional reaction that arises as an immediate response to a stimulus that is perceived to disturb, hurt, or threaten the individual. Connotatively, anger has a deeper, symbolic and contextual meaning depending on the culture, social experience and values behind it. Meanwhile, in the context of myth, anger is a social construction that is interpreted as commonplace, even justified by society in certain contexts.

Keywords: Classification Anger, "Marah-Marah" Community, Social Media X, Roland Barthes Semiotics

Advisor



Mery Yanti, S.Sos., MA

NIP 197705042000122001

Palembang, 14 March 2025

**Head of the Department of Sociology Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University**



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si

NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Umum	7
1.3.2 Tujuan Khusus	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Praktis	8
1.4.2 Manfaat Teoritis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 Analisis Konten.....	16
2.2.2 Konsep Karakteristik Konten.....	18
2.2.3 Komunitas Online	19
2.2.4 Komunitas Marah-Marah	19

2.2.5 Sarana Pelampiasan Emosi	20
2.2.6 Marah dan Kemarahan	20
2.2.7 Media Sosial X.....	21
2.2.8 Perilaku Masyarakat Digital.....	21
2.2.9 Teori Semiotik: Roland Barthes.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Strategi Penelitian	27
3.4 Fokus Penelitian.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Penelitian	28
3.6 Penentuan Objek Penelitian	29
3.7 Peranan Penelitian.....	29
3.8 Unit Analisis Data.....	30
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	31
3.11 Teknik Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	35
4.1 Twitter	35
4.2 Fitur Twitter.....	37
1. Fitur Utama (Logo Rumah)	38
2. Media dan Konten.....	38
3. Navigasi dan Interaksi	38
20. Fitur Keamanan dan Kontrol.....	40
4.3 Komunitas.....	40
4.4 Komunitas Marah-Marah.....	41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	43
5.1 Klasifikasi Masalah Komunitas Marah-Marah.....	44
5.1.1 Masalah Percintaan	45
5.1.2 Masalah Keluarga	46

	x
5.1.3 Masalah Studi.....	48
5.1.4 Masalah Pekerjaan	49
5.1.5 Masalah Personal	52
5.1.6 Masalah Interpersonal	55
5.1.7 Frustrasi Terhadap Pelayanan Publik	66
5.1.8 Kemarahan Terhadap Publik Figur	75
5.2 Makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos.....	82
5.2.1 Masalah Percintaan	83
5.2.2 Masalah Keluarga	85
5.2.3 Masalah Studi.....	88
5.2.4 Masalah Pekerjaan	89
5.2.5 Masalah Personal	91
5.2.6 Masalah Interpersonal	93
5.2.7 Frustrasi Terhadap Pelayanan Publik	99
5.2.8 Kemarahan Terhadap Publik Figur	104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunitas Marah-Marah	4
Gambar 4.1 Logo Twitter	36
Gambar 4.2 Perubahan Logo Twitter	36
Gambar 4.3 Fitur Aplikasi X.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2.2 Konsep Semiotika Roland Barthes.....	23
Tabel 3.1 Alur Berfikir Barthes.....	33
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 5.1 Hasil Klasifikasi	44

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Penelitian	25
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi dari berita televisi ataupun cetak, iklan, dan informasi yang disebarkan kepada massa atau khalayak umum (Alfi Rohmah, 2023). Komunikasi menjadi sarana dalam melakukan interaksi sosial. Setiap interaksi yang terjadi dalam masyarakat pasti melibatkan proses komunikasi, baik verbal maupun non-verbal. Komunikasi dianggap sebagai elemen yang sangat penting dalam membentuk, mempertahankan, dan mengubah struktur sosial, hubungan antar individu, serta norma budaya. Melalui komunikasi, individu dapat mengutarakan pikiran, perasaan, dan pendapat mereka, serta dapat memahami reaksi dan respon dari orang lain. Dalam sosiologi, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai alat untuk menyampaikan atau menerima pesan, tetapi juga sebagai mekanisme yang memengaruhi bagaimana masyarakat dibentuk dan berfungsi.

Dampak besar dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ditunjukkan dengan kemunculan media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain secara online melalui internet (Feroza & Misnawati, 2021). Media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah, cepat dan lebih efektif. Sebelum adanya teknologi komunikasi yang modern, interaksi sosial dilakukan secara tatap muka atau harus bertemu secara langsung. Namun, dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sekarang ini, muncul teknologi seperti telepon, email, dan media sosial. Saat ini, media sosial menjadi komponen terpenting bagi kehidupan sehari-hari, menyediakan ruang bagi individu yang tidak terbatas untuk berinteraksi, mengakses informasi, mengekspresikan diri, berbagi pengalaman, serta menjadi sarana pelampiasan emosi. Media sosial memungkinkan individu untuk saling terhubung, termasuk orang yang berada jauh dari lingkungan geografis mereka.

Media sosial adalah platform online yang memfasilitasi interaksi sosial antar pengguna. Media sosial merupakan suatu alat atau media yang dapat digunakan untuk melakukan hubungan sosial yang dioperasikan secara online dengan konten, opini, perspektif yang dapat dibagikan ke pengguna lainnya (Muliyah et al., 2022). Tujuan utama media sosial adalah untuk memfasilitasi interaksi sosial, seperti berkomunikasi, berbagi ide, atau berpartisipasi dalam diskusi dan komunitas online. Maka, media sosial memungkinkan penggunaannya untuk bersosialisasi, berbagi ide, dan berbagi konten secara real-time, sehingga informasi yang dibagikan dapat diakses oleh pengguna lain dengan cepat dan luas, serta berpartisipasi dalam komunitas virtual. (Harahap et al., 2024).

Berbagai produk turunan dari Internet memberikan ruang bagi berkembangnya kehidupan virtual dan interaksi melalui Internet sehingga membentuk komunitas-komunitas baru di ruang digital, misalnya terbentuknya komunitas online pada new media massa (Whatsapp, Facebook, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, dan lain-lain) (Amelia et al., 2024). Media-media sosial tersebut merubah cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi, mencakup fenomena seperti viralitas, komunitas online, dan perubahan dalam dinamika sosial yang disebabkan oleh teknologi baru. Kini media sosial telah menjadi sarana terbaru bagi masyarakat untuk membentuk suatu komunitas di dalam ruang digital. Masyarakat yang tergabung dalam media sosial ini dapat membangun interaksi sosial antar sesama penggunaannya, hingga dapat melibatkan emosi secara virtual.

Media sosial X dahulunya bernama *twitter*, salah satu platform media sosial terbesar di dunia, dan berganti nama menjadi X sejak 22 Juli 2023. Perubahan nama pada media sosial *twitter* ini dilakukan oleh Elon Musk pemilik baru *twitter*, karena perkembangan media sosial tersebut dan banyak fitur-fitur baru yang akan ditambahkan, yang awalnya hanya bisa berbagi pesan singkat dengan batasan 280 karakter, kini sudah menjadi ekosistem yang kompleks, berperan penting dalam penyebaran informasi, pembentukan komunitas, dan bahkan monetisasi. Media sosial

X dapat digunakan sebagai sarana menyampaikan informasi, pemikiran, serta opini masing-masing penggunanya melalui fitur *tweet*, *re-tweet*, *like*, dan *reply*.

Platform media sosial X memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan emosi mereka dengan cara yang lebih mudah dan terbuka. Sekitar bulan September 2021 *Twitter* atau X meluncurkan fitur baru berupa komunitas. Komunitas adalah tempat berkumpulnya orang-orang dengan minat dan tujuan yang sama, sampai topik tertentu sehingga dapat menciptakan interaksi sosial, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial. Banyak individu yang menggunakan *Twitter* sebagai tempat untuk mengungkapkan perasaan, seperti perasaan emosi yang terjadi di komunitas marah-marah (Hani & Ratnasari, 2023). Fitur komunitas ini sangat dinamis dan sangat cepat dalam merespon berita terbaru, menawarkan perspektif, bahkan mempengaruhi opini publik. Komunitas ini dapat diakses oleh semua orang yang memiliki kepentingan yang sama atau rasa ingin tau untuk bergabung ke dalam unggahan atau berkomentar.

Pada dasarnya, pembentukan komunitas di sosial media diinisiasi oleh faktor-faktor yang mendorong terbentuknya komunitas nyata seperti faktor kesamaan, akan tetapi terdapat juga peraturan atau norma-norma yang harus ditaati. Salah satu komunitas virtual yang dihadirkan di platform X adalah ***Komunitas Marah-Marah***. Komunitas ini merupakan komunitas yang aktif dan banyak pengikutnya di platform X. ***Komunitas Marah-Marah*** bersifat terbuka namun jika ingin bergabung, anggota harus menunggu persetujuan dari admin komunitas (Hani & Ratnasari, 2023). Biasanya komunitas ini digunakan oleh anggotanya untuk melampiaskan emosi, kekesalan, kemarahan, serta kekecewaan terhadap isu-isu personal, sosial, maupun politik. Hal ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan perubahan dalam cara individu mengelola dan mengekspresikan emosi mereka, serta bagaimana teknologi mempengaruhi dinamika kehidupan sosial masyarakat.



Gambar 1.1 Komunitas Marah-Marah

Komunitas Marah-Marah tumbuh karena adanya perasaan solidaritas diantara anggota-anggotanya yang memiliki pengalaman atau pandangan yang sama. Bagi sebagian orang, bergabung dengan komunitas ini bisa menjadi cara untuk meredakan stress, mendapatkan dukungan sosial, atau hanya sekedar menyimak permasalahan yang dimiliki orang lain. Akan tetapi, konten marah-marah di media sosial juga memiliki banyak dampak negatif karena memungkinkan akses yang lebih luas dan cepat, serta memungkinkan siapa saja menyuarakan pendapat pribadinya.

Namun pada *Komunitas Marah-Marah* dilarang untuk berjualan, menyinggung isu sensitif seperti suku, sex, agama, dan ras karena dapat memicu kemarahan dan kesalahpahaman. Salah satu ekspresi emosi yang semakin sering terlihat di platform sosial media adalah marah-marah, dan kini menjadi fenomena tersendiri dengan munculnya komunitas-komunitas yang secara khusus didedikasikan untuk menampung ekspresi kemarahan ini. *Komunitas Marah-Marah* dibuat pada tanggal 24 Agustus 2022 oleh Musyihab yang merupakan pengguna twitter atau X sejak 2010, dan sudah memiliki 780.000 anggota terhitung terakhir 1 September 2024. Komunitas ini tergolong unik, karena dibuat dengan tujuan untuk mengungkapkan emosi dan kemarahannya di platform X. Keberadaan komunitas ini

pun dengan cepat diketahui oleh pengguna platform X yang rata-rata adalah anak muda (Amelia et al., 2024).

Kemarahan adalah emosi dasar yang alamiah dan bisa dialami oleh siapapun. Namun dengan berkembangnya teknologi yang menjadi semakin pesat dan munculnya media sosial, cara mengekspresikan kemarahan juga mengalami perubahan yang signifikan. Jika dahulu kemarahan lebih sering diekspresikan dengan orang-orang terdekat atau hanya didalam lingkungan yang terbatas, kini emosi tersebut sudah dapat dibagikan kepada khalayak luas melalui platform media sosial, termasuk platform X.

Komunitas Marah-Marah ini, memberikan kebebasan kepada anggotanya untuk berbicara tentang apa yang sedang mereka alami, seperti keadaan yang memicu kemarahan atau peristiwa yang menyakitkan secara emosional. Akan tetapi, selain sebagai sarana mengungkapkan perasaan marah dan frustrasi, komunitas ini juga memberikan kesempatan penggunanya agar merasa didengar dan dipahami, serta memberikan kesempatan bagi pendengar untuk memberikan tanggapan dan solusi atas masalah yang sedang dihadapi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dian Sukma Hani dan Chanifah Indah Ratnasari (2023) melakukan penelitian mengenai Klasifikasi Masalah Pada Komunitas Marah-Marah di Twitter Menggunakan Long Short-Term Memory untuk mengetahui jenis permasalahan pada twit-twit yang diunggah oleh anggota komunitas. Temuan penelitian ini dapat memberi pembaca pemahaman yang lebih baik tentang perilaku dan pola komunikasi yang ditemukan di Komunitas Marah-Marah, yang dapat mengarah pada pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika sosial di dalamnya.

Ananda Rizki Amellia dkk (2024), melakukan penelitian mengenai Pola Interaksi Online Pengguna X terhadap Komunitas "Marah-Marah" di Platform X. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola interaksi pengguna X dalam komunitas virtual di platform media sosial X. Pola interaksi pada pengguna X dengan

anggota komunitas marah-marah yang mengekspresikan kemarahan mereka di platform X seringkali memberikan cuitan yang diawali kata dengan tingkat agresi dan konfrontasi tinggi, yang dimana selalu melibatkan penghinaan atau ujaran kebencian kepada orang lain. Pada platform komunitas marah-marah di aplikasi X ini, memiliki sudut pandang pro dan kontra yang dimana juga adanya suatu faktor yang mendorong adanya argumen pro dan kontra pada komunitas tersebut.

Berdasarkan dua hasil penelitian di atas yang sudah pernah dilakukan dalam Komunitas Marah-Marah tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian pertama yang ditulis oleh Dian Sukma Hani dan Chanifah Indah Ratnasari (2023) memberikan hasil dari pola komunikasi dan perilaku dalam Komunitas Marah-Marah. Kemudian penelitian kedua yang dilakukan oleh Rizki Amellia dkk menganalisis pola interaksi pengguna x dalam Komunitas Marah-Marah.

Dari dua penelitian tersebut, maka peneliti memilih untuk meneliti tentang tanda-tanda yang mengandung makna dalam konten yang diunggah dalam komunitas marah-marah sebagai sarana pelampiasan emosi pada platform media sosial X karena penelitian sebelumnya atau terdahulu belum ada yang membahas tentang hal tersebut. Dalam melakukan sebuah penelitian, peneliti memilih melakukan penelitian ini dikarenakan beberapa alasan yaitu karena marah-marah atau ungkapan kemarahan di media sosial telah menjadi fenomena yang semakin umum atau sudah biasa terjadi. Maka dengan memahami dampak dari konten marah-marah tersebut, dapat membantu mengedukasi pengguna tentang pentingnya etika berkomunikasi di media sosial, dapat lebih bijaksana lagi dalam menggunakan media sosial sebagai sarana mengekspresikan emosi yang bisa saja merugikan diri-sendiri maupun orang lain. Menyadari dampak buruk dari marah-marah yang berlebihan di media sosial dapat memperburuk keadaan karena dapat menimbulkan *toxic behavior* dan meninggalkan jejak digital. Serta dapat menjadi bahan pembelajaran bagi seluruh pengguna media sosial agar tidak terlalu bergantung pada media sosial sebagai satu-satunya sarana

mengekspresikan emosi negatif. Hal ini dapat mendorong pengguna media sosial untuk mencari cara-cara lain yang lebih sehat untuk menghadapi kemarahan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana klasifikasi kemarahan yang diekspresikan oleh anggota Komunitas Marah-Marah di Platform Media Sosial Twitter?
2. Apa makna denotatif, konotatif, dan mitos dari kata-kata yang digunakan dalam mengekspresikan kemarahan di Komunitas Marah-Marah di Platform Media Sosial Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengklasifikasikan kemarahan pada komunitas marah-marah di platform media sosial twitter.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengklasifikasikan kemarahan yang diekspresikan oleh anggota Komunitas Marah-Marah di Platform Media Sosial Twitter.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos dari kata-kata yang digunakan dalam mengekspresikan kemarahan di Komunitas Marah-Marah di Platform Media Sosial Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu manfaat praktis dan teoritis. Adapun peran dari manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Dari sudut pandang peneliti, manfaat penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk memahami bagaimana komunitas tertentu digunakan, sehingga dapat membantu pengguna dalam lebih bijak lagi menggunakan media sosial, sekaligus mengurangi potensi dampak negatif seperti penyebaran privasi, kebencian, hingga konflik yang mungkin saja timbul.
2. Penelitian ini dapat digunakan oleh psikolog/psikiater untuk mengembangkan strategi intervensi yang lebih efektif dalam mendukung individu yang menggunakan media sosial sebagai tempat menyalurkan emosi (edukasi tentang cara mengelola emosi).

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Dapat memberikan kontribusi pada kajian sosiologi komunikasi dengan memperluas pemahaman mengenai kemarahan yang diekspresikan dalam komunitas online. Hal ini relevan dalam memahami dinamika masyarakat modern yang semakin bergantung pada media sosial sebagai ruang interaksi sosial.
2. Penelitian ini dapat memperkaya perspektif dalam mata kuliah manajemen konflik dengan mengeksplorasi kemarahan sebagai bentuk ekspresi konflik diekspresikan secara kolektif dalam komunitas online. Kemarahan di media sosial dapat dilihat sebagai respons terhadap ketimpangan sosial, kritik terhadap struktur kekuasaan, atau kesamaan pengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Media Sosial Sebagai Media Ekspresi Emosi*. 2014, 1–23.
- Agustang, A., Ainun Mutiara, I., & Asrifian, A. (2021). Masalah Pendidikan Di Indonesia. *Pendidikan*.
- Alfi Rohmah, T. (2023). Buku Sosiologi Komunikasi. In *Journal Geej* (Vol. 7, Issue 2).
- Ambar. (2017). Teori Semiotika Roland Barthes. *Pakar Komunikasi.Com*.
- Amelia, R. A., Sari, E. A., Zulfiqor, Almaas, A., Cahyo, G. N., & Nisa, K. P. (2024). Pola Interaksi Online Pengguna X Terhadap Komunitas "Marah-Marah" Di Platform X. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 54–67.
- Angkotasari, A., Yansi Tuasikal, N., Alfiana, M., Aisyah, Oktaviana Putri, I., & Nobel Geofani G, R. (2023). Konflik Dalam Keluarga. *Psikologi*.
- Asfar, I. T. (2019). Analisis-Naratif-Analisis-Konten-Dan-Analisis-Semiotik. *Researchgate*.
- Azzahrani, S., Lukmantoro, T., & Manalu, S. R. (2024). Ekspresi Emosi Negatif Dalam Media Sosial (Studi Pada Komunitas „Marah-Marah“ Di Twitter). *Ilmu Komunikasi*.
- Bpmbkm. (2023). Masalah Dalam Dunia Kerja Yang Umum Terjadi. *Biro Pengembangan Minat Bakat & Karir Mahasiswa*.
- Erhayati. (2013). Pengertian Komunitas Dan Strategi Komunitas. *Africa's Potential For The Ecological Intensification Of Agriculture*, 53(9), 1689–1699.
- Ferdinand, A. G. (2019). Konten. *Journal Of Geotechnical And Geoenvironmental Engineering Asce*, 120(11), 259.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/Ji.V15i1.2204>
- Hani, D. S., Halfile:///C:/Users/User/Downloads/Ref Skripsi/Tinjauan Pustaka/19523181.Pdfaman, Informatika, P. S., Sarjana, P., Industri, F. T., & Indonesia, U. I. (2023). *Long Short-Term Memory Klasifikasi Masalah Pada Komunitas Marah- Long Short-Term Memory*.
- Hani, D. S., & Ratnasari, C. I. (2023). Klasifikasi Masalah Pada Komunitas Marah-Marah Di Twitter Menggunakan Long Short-Term Memory. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(4), 1829. <https://doi.org/10.30865/Mib.V7i4.6755>

- Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, D., Tindaon, M., & Batubara, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital. *Indonesian Culture And Religion Issues*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i2.19>
- Hubungan Asmara. (2020). *Journal Geej*, 7(2).
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2008). *G.311.19.0052-05-Bab-Ii-20230823105052*. 22–41.
- Ii, B. A. B., Teori, A. K., & Semiotika, A. (2001). *Alex Sobur, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana Analisis Semiotik Dan Analisis Framing (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2009)*, 95. 13 9. 9–24.
- Ilmu Komunikasi Balayudha, J., Utari Dewi Sulistyaningrum, D., & Dahlan Yogyakarta, A. (2024). *Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Poster Film Coco*. 4(1), 38–53.
- Kanzunudin, M. (2022). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Puisi „Ibu“ Karya D. Zawawi Imron (Semiotic Analysis Of Roland Barthes At “Ibu” Poetry By D. Zawawi Imron). *Sawerigading*, 28(2). <https://doi.org/10.26499/sawer.v28i2.1040>
- Morissan. (2017). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. 138.
- Muliyah, P., Aminatun, D., Nasution, S. S., Hastomo, T., Sitepu, S. S. W., & Tryana. (2020). Analisis Semiotika Iklan Sunlight Extra Higienis Baru. *Journal Geej*, 7(2), 265–266.
- Muliyah, P., Aminatun, D., Septian Nasution, S., Hastomo, T., Sri Wahyuni, S., & Tryana. (2022). *Media Sosial*. 2018, 1–23.
- Notoatmodjo. (2010). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Revisi Jakarta: Pt.Rineka Cipta.
- Nurhaliza, W. O., & Fauziah, N. (2020). Komunikasi Kelompok Dalam Virtual Community. *Komunida : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(01), 18–38. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i01.1220>
- Nurussifa, A. (2018). *Tampilan Seksualitas Pada Tayangan Animasi Anak Shaun The Sheep*. 10–21. <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31a/2014/G.311.14.0034/G.311.14.0034-05-Bab-Ii-20180708041243-Tampilan-Seksualitas-Pada-Tayangan-Animasi-Anak--Shaun-The-Sheep-.pdf>
- Nuzulia, A. (2022). Bab Ii Deskripsi Objek Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., September, 5–24.

- Oktaviani, S. (2019). Analisa Semiotika Diskriminasi Gender Dalam Film Kartini. *Jurnal Desain*, 1–17.
- Prabawaningrum, N. D. (2019). Representasi Maskulinitas Dalam Film Aquaman (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 1–31.
- Putri, E. Y., Suyanto, S., & Sari, G. P. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ceria Digital Pada Anggota Kspps Bmt Assyafi“iyah Kc Metro. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 48–63. <https://doi.org/10.24127/Exclusive.V1i2.3001>
- Rachmayanti, J. (2021). Hubungan Komunikasi Interpersonal..., Jelita Rachmayanti, Fakultas Psikologi, Ump, 2017. *Jelita, Rachmayanti*, 11–36.
- Rahmawati, A. Y. (2020). *Komunikasi Interpersonal Antara Guru Dengan Murid Di Mts Miftahul "Ulum Tambakromo Pati*. July, 1–23.
- Shelemo, A. A. (2023). Representasi Patriotisme Dalam Film “Kadet 1947” (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Spielberger, C. D. (2021). Anger Expression And Control. *Psychology Press*.
- Subrata, G. (2019). Klasifikasi Bahan Pustaka. *Pustakawan Perpustakaan Um*, 1(Ddc), 1–13.
- Sunardi, S. (2024). *Semiotika Negativa*. 17.
- Supendi, P. (2016). Variasi (Format) Sistem Pendidikan Di Indonesia. *Almufida*, 1(1), 159–181.
- Tangdilintin, P., & Prasetyo, B. (2014). Mengenal Masalah Sosial. *Jurnal Pendidikan Universitas Terbuka*, 2 (302), 1–49.
- Tansilo, H. T. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Novel “Dilan 1990” Karya Pidi Baiq. *Jurnal Pendidikan Pemuda Nusantara*, 5(1), 1–12.
- Wahyunengseh, R. D., Haryani, T. N., Susiloadi, P., & Fahmi, L. (2022). Masyarakat Digital Dan Problematika Kesejahteraan: Analisis Isi Wacana. *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 163. <https://doi.org/10.20961/Sp.V17i2.63520>
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43.