

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**“ANALISIS KOMUNIKASI VERBAL *HATE SPEECH*
NETIZEN DI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@RAHMAWATIKEKEYIPUTRICANTIKKA23”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



AUDIA DWI CAHYANI

NPM : 179110191
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : HUMAS

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Audia Dwi Cahyani
NPM : 179110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Seminar : Rabu/07 Juli 2021
Judul Penelitian : Analisis Komunikasi Verbal *Hate Speech*
Netizen di Akun Media Sosial Instagram
@Rahmawatikekeyiputricantikka23

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 29 Juli 2021

Menyetujui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing



Eka Fitri Qurniawati., M.I.Kom

Cutra Aslida., M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Audia Dwi Cahyani
NPM : 179110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : 07 Juli 2021
Judul Penelitian : Analisis Komunikasi Verbal *Hate Speech*
Netizen di Akun Media Sosial Instagram
@Rahmawatikekeyiputricantikka23

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 29 Juli 2021
Tim Skripsi

Ketua



Cutra Aslinda, M.I.Kom

Anggota,



Al Sukri, M.I.Kom

Mengetahui,
Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M.I.Kom

Anggota,



Harry Setiawan, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor : 0901/UIR-FIKOM/KPTS/2021 Tanggal 30 Juni 2021 maka di hadapan penguji pada hari ini Rabu Tanggal 07 Juli 2021 Jam : 14.00-15.00 WIB bertempat di ruang Rapat Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas:

Nama : Audia Dwi Cahyani
NPM : 179110191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Penelitian : "Analisis Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen di Akun Media Sosial Instagram @Rahmawatiekeyiputricantikka23"

Nilai Ujian : Angka : "78,33" ; Huruf : "B+"
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda tangan
1	Cutra Aslinda, M.I.Kom	Ketua	1.
2	Al Sukri, M.I.Kom	Sekretaris	2.
3	Harry Setiawan, M.I.Kom	Penguji	3.

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Dekan,



Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom
NPK : 150802514

ANALISIS KOMUNIKASI VERBAL *HATE SPEECH* NETIZEN
DI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@RAHMAWATIKEKEYIPUTRICANTIKKA23

Yang diajukan oleh :
Audia Dwi Cahyani
179110191

Pada Tanggal :
29 Juli 2021

Mengesahkan
Dekan di: kl Itas Ilmu Komunikasi



Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom

Tim Penguji,

Cutra Aslinda, M.I.Kom

Al Sukri; M.I.Kom

Harry Setiawan, M.I.Kom

Tanda Tangan,

Halaman Persembahan

Bismillahirrohmanirrohim

Rasa syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadikan saya manusia beriman, berakal sehat, berilmu dan bersabar dalam menghadapi proses dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kesuksesan ini menjadi langkah awal dalam menggapai mimpi saya. Karya ini pun saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu mendoakan saya dan memberikan dukungan kepada saya, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan dan keberkahan kepada ayah, ibu, saya dan keluarga serta orang-orang yang saya sayangi.

MOTTO

Jadilah baik. Karena kapan pun kebaikan menjadi bagian sesuatu, ia akan membuatnya tampak semakin cantik. Tapi saat kebaikan itu hilang, ia hanya menyisakan noda.

(Rasulullah SAW)

Rahasia untuk maju adalah memulai. Rahasia untuk memulai adalah menyederhanakan rencana besarmu. Tugas-tugas yang besar dibagi menjadi tugas-tugas kecil yang bisa dikelola dan setelah itu kerjakan mulai dari yang pertama.

(Mark Twain)

Lakukan hal-hal yang kamu pikir tidak bisa kamu lakukan.

(Eleanor Roosevelt)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan Inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen di Akun Media Sosial Instagram @Rahmawatikekeyiputricantikka23”. Adapun tujuan pembuatan skripsi ini yaitu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Penyusunan skripsi ini semaksimal mungkin peneliti upayakan dengan dukungan dari berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar dalam penyusunannya. Untuk itu tidak lupa peneliti ucapkan terimakasih dan rasa hormat peneliti kepada:

1. Bapak Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Ibu Cutra Aslinda., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dan sebagai pembimbing saya yang memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Al Sukri, M.I.Kom dan Bapak Harry Setiawan, M.I.Kom selaku penguji yang telah memberikan kritikan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dalam setiap pertemuan kita dikelas dan diluar kelas.

5. Orang tuaku tersayang yaitu ayah (Jafar) dan ibu (Eni Eva Susanti) terima kasih untuk semuanya, baik itu kasih sayang yang selalu disalurkan, dorongan atau motivasi dan juga doa serta cinta tulus ayah dan ibu yang selalu saya terima. Tanpa kalian saya tidak akan ada di dunia ini dan semoga Allah SWT selalu melindungi serta memberikan keberkahan kepada ayah dan ibu.
6. Teruntuk diriku, terima kasih sudah melakukan yang terbaik.
7. Seluruh staff dan karyawan TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terima kasih atas pelayanan yang diberikan.
8. Saudara kandungku yaitu kakak dea dan aiwa terima kasih atas waktu, saran dan dukungan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bundaku tersayang terima kasih telah menjadi ibu kedua yang selalu memberikan masukan-masukan dan kebahagiaan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Saudara terdekatku yaitu nenek, incim, om firman, bu dian, uncu, bang harry, farhan, haikal, kembar, fatih dan aisyah terima kasih atas waktu yang kalian berikan dalam bertukar pikiran.
11. Guntur Farhandhaly terima kasih atas dukungan dan waktu yang kamu berikan dalam bertukar pikiran.
12. Teman-teman terdekatku yaitu ncip, ara dan cory terima kasih untuk selalu ada dalam bertukar pikiran.
13. Seluruh teman-teman angkatan 2017 Fakultas Ilmu Komunikasi terima kasih atas waktu dan kebersamaan yang kita lalui dan semua hal yang terjadi akan menjadi kenangan manis untuk diingat.

Namun tidak lepas dari semua itu, peneliti menyadari sepenuhnya masih terdapat kekurangan baik dari segi penyusunan, bahasa dan aspek lainnya. Oleh karena itu, dengan lapang dada peneliti menerima bagi para pembaca yang ingin memberi saran maupun kritik. Akhirnya peneliti sangat mengharapkan semoga dengan skripsi ini dapat diambil manfaatnya dan besar keinginan peneliti untuk dapat menginspirasi para pembaca.

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Peneliti

Audia Dwi Cahyani
NPM: 179110191

DAFTAR ISI

Judul (Cover)	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan Tidak Plagiat	
Halaman Persembahan	i
Motto	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah Penelitian	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1. Tujuan	12
2. Manfaat Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori.....	14
1. Komunikasi	14
a. Pengertian Komunikasi	14
b. Jenis Komunikasi	15
c. Fungsi dan Tujuan Komunikasi	16
2. Komunikasi Verbal	18
a. Pengertian Komunikasi Verbal	18
b. Bahasa dalam Komunikasi Verbal	19
c. Prinsip-Prinsip Komunikasi Verbal	20
3. <i>Hate Speech</i>	22
a. Pengertian <i>Hate Speech</i>	22
b. Faktor-Faktor Penyebab <i>Hate Speech</i>	24
c. Hukum yang Mengatur <i>Hate Speech</i>	26
4. <i>General Semantics Theory</i>	28
5. Analisis Isi Kuantitatif	31
6. Media Sosial Instagram.....	32
a. Pengertian Media Sosial Instagram.....	32
b. Tujuan Media Sosial Instagram.....	34
c. Fitur-Fitur Instagram	34

d. Dampak Media Sosial Instagram	36
7. Unggahan 17 Agustus 2020 di Akun @Rahmawatikekeyiputricantikka2337	
8. Netizen	38
B. Kerangka Operasional.....	39
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	39
D. Kerangka Pemikiran.....	41
E. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
D. Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
B. Hasil Penelitian	54
C. Pembahasan Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	78
Daftar Pustaka	
Lampiran	

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Sanksi Pidana Pelaku <i>Hate Speech</i>	27
Tabel 2.2 Hukum Perlindungan Korban <i>Hate Speech</i>	27
Tabel 2.3 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen	39
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	40
Tabel 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
Tabel 4.1 Kategori Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen	54
Tabel 4.2 Kategori Komunikai Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan	56
Tabel 4.3 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Provokasi.....	59

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kepopuleran Media Sosial di Indonesia	5
Gambar 2.1 Unggahan 17 Agustus 2020.....	37
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan Berupa Kata-Kata Kasar.....	56
Gambar 4.2 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Fisik.....	57
Gambar 4.3 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Binatang Tertentu	57
Gambar 4.4 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Makhluk Tertentu	58
Gambar 4.5 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Penghinaan Merendahkan Orang.....	58
Gambar 4.6 Komunikasi Verbal <i>Hate Speech</i> Netizen Berbentuk Provokasi	60

ABSTRAK

ANALISIS KOMUNIKASI VERBAL *HATE SPEECH* NETIZEN DI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RAHMAWATIKEYIPUTRICANTIKKA23

AUDIA DWI CAHYANI
179110191

Instagram yang memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam memperoleh dan menyebarkan informasi kepada pengguna lain ini, banyak diantaranya menjadikan platform Instagram sebagai tempat dalam melakukan tindakan komunikasi verbal *hate speech* yang dilakukan netizen. Hal tersebut dikarenakan, Instagram memberikan fasilitas berupa komentar sehingga tindakan komunikasi verbal *hate speech* netizen dapat terjadi, salah satunya di kolom komentar akun @rahmawatikeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *general semantics*. Populasi pada penelitian ini berjumlah 63 dan sampel berjumlah 50 yang dihitung dengan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah pengkodean dan observasi. Berdasarkan analisis, Hasil yang didapatkan ialah bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa penghinaan dengan jumlah komentar sebanyak 52 komentar dengan persentase sebesar 104 % dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi dengan jumlah komentar sebanyak 11 komentar dengan persentase sebesar 22 %. Untuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan, peneliti kategorikan lagi, diantaranya menunjuk binatang tertentu sebanyak 8 komentar dengan persentase sebesar 16 %, berupa kata-kata kasar sebanyak 19 komentar dengan persentase sebesar 38%, menunjuk fisik sebanyak 16 komentar dengan persentase sebesar 32%, menunjuk makhluk tertentu sebanyak 5 komentar dengan persentase sebesar 10% dan merendahkan orang sebanyak 4 komentar dengan persentase sebesar 8%.

Kata Kunci: Komunikasi verbal, komentar *hate speech*, Instagram.

ABSTRACT

ANALYSIS OF HATE SPEECH NETIZEN VERBAL COMMUNICATION ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ACCOUNTS @RAHMAWATIKEYIPUTRICANTIKKA23

**AUDIA DWI CAHYANI
179110191**

Instagram, which makes it easy for its users to obtain and disseminate information to other users, many of whom make the Instagram platform a place to carry out verbal hate speech actions by netizens. This is because, Instagram provides facilities in the form of comments so that netizen hate speech verbal communication actions can occur, one of which is in the comment column of the @rahmawatikekeyiputricantikka23 account on August 17 2020. This research is a quantitative study with the method used, namely quantitative content analysis. The theory used in this research is general semantics theory. The population in this study amounted to 63 and the sample amounted to 50 which was calculated by the Slovin formula. Data collection techniques in this study were coding and observation. Based on the analysis, the results obtained are forms of verbal communication of netizen hate speech in the form of insults with a total of 52 comments with a percentage of 104% and verbal communication of netizen hate speech in the form of provocation with a total of 11 comments with a percentage of 22%. For verbal communication of netizen hate speech in the form of insults, the researchers categorize them again, including pointing to certain animals as many as 8 comments with a percentage of 16%, in the form of harsh words as many as 19 comments with a percentage of 38%, physically pointing at 16 comments with a percentage of 32%, appointing certain creatures as many as 5 comments with a percentage of 10% and degrading people as much as 4 comments with a percentage of 8%.

Keywords: Verbal communication hate speech, instagram, comments.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Hal itu dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Seseorang bisa dikatakan berkomunikasi jika ada pesan yang disebarkan pada pihak lain. Tentu saja, pesan itu harus bisa memahami orang lain. Jika pesan yang disebarkan tidak memahami berarti tidak terjadi komunikasi sebagaimana tujuan komunikasi, yang berarti ada kegagalan komunikasi. Stuart (1983) dalam Nurudin (2016: 8-9) “Akar kata dari komunikasi berasal dari kata *communico* (berbagi). Kemudian berkembang ke dalam bahasa Latin, *communis* (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih). Jadi, komunikasi setidaknya mengandung berbagi, kebersamaan atau pemahaman dan pesan.” Dengan demikian, secara akar proses komunikasi bisa terjadi jika ada pesan yang dibagi ke pihak lain dengan tujuan untuk mencapai kebersamaan dalam pemahaman”.

Komunikasi semakin kompleks jika melibatkan banyak orang seperti dalam hal proses pertukaran pesan antara seseorang dengan orang lain. Proses pertukaran pesan itu juga harus saling menciptakan kebersamaan dalam pesan yang artinya antara pihak yang terlibat harus saling memahami atas pesan yang dikemukakan. Hal ini senada yang disampaikan oleh Nurudin (2016: 9-10) bahwa seseorang yang sedang terlibat dalam proses komunikasi tak lain mencoba untuk menumbuhkan kebersamaan atau *commones* pada orang lain yang diajak

berkomunikasi. Ide, gagasan dan perilaku yang kita libatkan dalam komunikasi diharapkan dipahami secara sama oleh penerima pesan.

Dalam menerangkan proses berlangsungnya, komunikasi diklasifikasikan menjadi dua bagian, yakni komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Roudhonah (2019: 120-122) “Komunikasi verbal yaitu komunikasi dengan menggunakan lambang bahasa dengan bentuk penyampaian dan penerimaan pesan dapat dilakukan secara bahasa lisan dan tulisan. Sedangkan pengertian komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang pesannya dikemas tanpa kata-kata dan terjadi secara langsung seperti tindakan”.

Dalam berkomunikasi, kadang kita tidak mengontrol terkait pesan yang kita sampaikan kepada orang lain, baik itu terjadi secara lisan maupun tulisan. Bentuk-bentuk pesan yang disampaikan pun beragam, ada yang berbentuk pesan dukungan dan ada pula pesan yang berbentuk *hate speech*. Sri Mawarti (2018: 85) “Istilah *hate speech* sendiri ialah ekspresi yang menganjurkan hasutan untuk merugikan berdasarkan target yang diidentifikasi dengan kelompok sosial atau demografis tertentu. *Hate speech* adalah tindakan komunikasi yang dilakukan suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama dan lain-lain”.

Saat ini, komunikasi verbal *hate speech* seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan agama, memprovokasi bahkan menyebarkan berita-berita bohong marak terjadi di berbagai aplikasi media sosial, salah satunya media sosial

Instagram. Dian Junita Ningrum dan dkk (2018: 242-243) “Salah satu sarana komunikasi pada media sosial berlangsung secara publik dan bersifat *openness of media* atau keterbukaan informasi di media sosial. Sehingga, inilah yang menjadi pemicu tingginya kecenderungan masyarakat untuk melakukan komunikasi verbal *hate speech*, seperti ketersediaan fasilitas komentar untuk pembaca pada media yang berbasis elektronik. Hal itu menyebabkan hubungan antara penulis dan pembaca menjadi mudah untuk saling mengomentari.” Interaksi antarpribadi menjadi tidak terkontrol, karena bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* itu saling menstimulus satu dengan lainnya. Jika terus berlanjut, efeknya akan mempengaruhi seseorang dalam waktu yang pendek hingga waktu yang lama”.

Veisy Mangantibe (2016: 160) “Di Indonesia sendiri, lingkup dari ujaran kebencian dikemukakan dalam angka 2 huruf f Surat Edaran Kapolri Nomor: SE/6/X/2015 tentang penanganan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) Sebagai beriku, bahwa ujaran kebencian dapat berupa tindak pidana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan Ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, yang berbentuk penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, penyebaran berita bohong dan semua tindakan di atas memiliki tujuan atau bisa berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa dan/atau konflik sosial.”

Berdasarkan data yang dilansir dari detiknews.com, terdapat 419 konten di media sosial di tahun 2021 yang ditegur Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo melalui *virtual police* yang merupakan program yang digagas Sigit dengan sasaran akun-akun yang dinilai melakukan pelanggaran Undang-undang Informasi

dan Transaksi Elektronik (UU ITE), seperti memuat konten ujaran kebencian (*hate speech*) dan SARA. Diantaranya 270 konten dinyatakan lolos verifikasi, 98 konten tidak lolos verifikasi dan 47 konten dalam proses verifikasi. Sejak *virtual police* dibentuk, media sosial yang paling banyak diberikan teguran adalah Twitter dengan total 215 akun. Kemudian disusul dengan Facebook sebanyak 180 akun, Instagram 14 akun dan YouTube 9 akun.¹

Media sosial yang merupakan media elektronik ini memberikan kemudahan bagi para pengguna internet dalam memperoleh informasi. Salah satunya media sosial Instagram. I Putu Agus Eka Pratama (2020: 129) “Instagram merupakan sosial media kategori *picture sharing* yang bukan hanya menyediakan kemudahan untuk mengunggah file-file foto dan gambar digital ke internet melalui halaman website dari aplikasi web browser, tapi juga kemudahan melalui aplikasi mobile yang dapat dipasangkan pada perangkat smartphone, tablet dan handphone”.

Ranny Afandi dan Tim Stiletto Book (2019: 1-2) “Instagram dirilis sejak bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram berkembang sangat pesat dan berhasil menggilas kompetitornya seperti Snapchat dan Twitter yang juga mengadopsi fitur-fitur baru dalam perjalanan mereka. Menurut data dari Omnicore, digital marketing agency di Amerika Serikat, per September 2018 pengguna aktif Instagram tembus 1 miliar per bulan”.

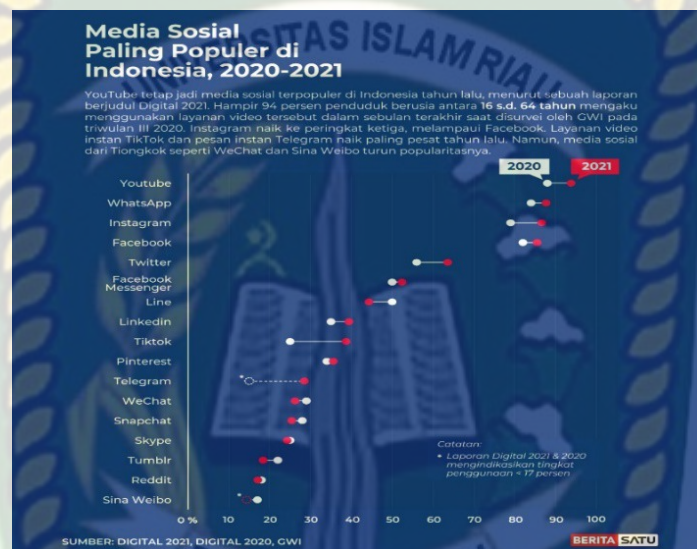
Berdasarkan survei tahun 2020-2021 yang dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020 yang dilansir oleh Beritasatu.com, Instagram menempati posisi ke

¹<https://news.detik.com/berita/d-5563094/419-konten-medsos-ditegur-terkait-hate-speech-dalam-100-hari-kapolri>, diakses pada 23 Mei 2021 pukul 10.00.

tiga sebagai media sosial paling populer di Indonesia. Sehingga, Instagram menjadi media sosial yang digemari di Indonesia dengan persentasi berada di 80-90 persen.²

Gambar 1.1

Kepopuleran Media Sosial di Indonesia



Sumber : Beritasatu.com

Galuh Putri Riyanto (2021, chap 1) “Media sosial menjadi aktivitas berinternet yang paling digemari oleh pengguna internet Indonesia.” Dilansir dari kompas.com pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, persentasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh

²<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>, diakses pada 10 Januari 2021 pukul 13.00.

layanan manajemen konten HootSuite, dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dalam laporan bertajuk "Digital 2021". Pengguna internet Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit untuk berselancar di internet. Saat ini, ada 170 juta jiwa orang Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial. Rata-rata dari mereka menghabiskan waktu 3 jam 14 menit di platform jejaring sosial. Di samping itu, menurut laporan Digital 2021, hampir semua pengguna internet Indonesia atau sekitar 98,5 persen menonton video online setiap bulannya. Sedangkan sebanyak 74,3 persen pengguna internet Indonesia juga menonton video blog (vlog) setiap bulannya. Dari segi kecepatan internet, rata-rata kecepatan download internet seluler Indonesia mencapai 17,2 mbps. Sedangkan rata-rata kecepatan internet fixed broadband di Tanah Air mencapai 23,32 mbps.³

Sri Mawarti (2018: 84-85) "Pemanfaatan media sosial yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun ini menimbulkan fenomena baru. Setiap orang bebas mengungkapkan apa saja melalui akun media sosial mereka. Bahkan kini dalam situs berita online pun disiapkan ruang komentar untuk para pembaca. Berita-berita ini kemudian ditanggapi secara beragam oleh netizen di ruang komentar baik itu positif, negatif, maupun netral. Namun hal ini juga mendatangkan masalah baru dimana ujaran kebencian tumbuh pesat melalui medium ini yang sekarang dikenal dengan istilah *hate speech*. Ujaran-ujaran yang

³<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#:~:text=KOMPAS.com%20%2D%20Pengguna%20internet%20di,dibandingkan%20pada%20Januari%202020%20lalu.&text=Ini%20artinya%2C%20penetrasi%20internet%20di,2021%20mencapai%2073%2C7%20persen, diakses pada 26 Juni 2021 pukul 09.30.>

muncul tersebut akan mempengaruhi perilaku manusia yang dikarenakan kata bisa mempengaruhi manusia, sehingga opini manusia pun dapat terbentuk”.

Gagliardone dkk (2015) dalam Sri Mawarti (2018: 91) “Sebuah studi yang berjudul “*Countering Online Hate Speech*” yang dilakukan Unesco menyebutkan bahwa fenomena *hate speech* secara online semakin berkembang dan menimbulkan beragam masalah baik di dalam maupun di luar Eropa. *Hate speech* secara online merupakan salah satu tren utama dari tahun sebelumnya. Laporan ini juga menekankan bahwa *hate speech* melalui media online atau media sosial sudah semakin pesat dan memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih besar”.

Fajar Junaedi (2019: 167) “Ketika media sosial atau media online mendominasi kehidupan bermedia manusia maka *hate speech* semakin tidak terkendali, sebagaimana yang dibuktikan dengan munculnya beragam *hate speech* di berbagai media sosial salah satunya media sosial Instagram. Hal tersebut dikarenakan kemudahan dalam penggunaan media sosial yang sifatnya terkoneksi antara situs berita daring dan media sosial”.

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti analisis komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 yang dilihat dari komentar-komentar tertulis di unggahan 17 Agustus 2020. Hal tersebut dikarenakan akun Instagramnya atau Kekeyinya sendiri kerap mendapatkan komentar *hate speech* yang disampaikan oleh netizen. Komentar *hate speech* yang didapatkannya pun berupa penghinaan fisik yang ada pada dirinya. Vania Ika Aldida (2018, p.1) dilansir celebrity.okezone.com, kekeyi

mulai dikenal masyarakat lewat tutorial make-up *challenge* 25K yang dilakukannya pada tahun 2018 tepatnya di bulan april yang dimana ia menggunakan balon berisi air sebagai aplikator dalam menggunakan *make-up* dan video ini diunggah di akun youtubenya dan kini telah disaksikan atau ditonton lebih dari 4,6 juta kali.⁴

Pada awal Juli lalu merupakan hal yang tidak diinginkan oleh Kekeyi. Pasalnya, di bulan tersebut pihak Instagram menghapus akun pribadinya. Hal tersebut dapat dilihat, tanggal 01 Juli 2020 akun Instagram Kekeyi hilang atau berhenti sementara. Listusista Anggeng Rasmi (2020, hlm. 1-3) dilansir dari Tribunnewsmaker.com lewat video, Kekeyi mengungkapkan kesedihannya yang di upload di akun youtubenya pada tanggal 06 Juli 2020. Dimana, akun Instagramnya ini merupakan tempat mata pencahariannya dan tidak memungkinkan baginya untuk melamar pekerjaan diluar sana dengan keterbatasan fisik yang dimilikinya. Sebelumnya, Kekeyi mengaku pernah melamar pekerjaan, namun ia tidak diterima karena fisik yang ada pada dirinya padahal berkas belum dilihat sama sekali.⁵

Tepat seminggu dibulan yang sama yaitu pada tanggal 08 Juli 2020 pihak Instagram mengembalikan akun Instagram milik Kekeyi. Hal tersebut dapat dilihat yang dimana pada tanggal tersebut ia mengunggah foto dan memberikan *caption* bahwa ia bersyukur dan berterima kasih atas dukungan yang

⁴<https://celebrity.okezone.com/read/2018/11/09/33/1975511/cerita-kekey-beauty-vlogger-yang-viral-karena-gunakan-balon-berisi-air>, diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 14.00.

⁵<https://newsmaker.tribunnews.com/2020/07/08/populer-akun-instagram-nya-yang-hilang-kekeyi-menangis-bingung-mau-kerja-apa-kalau-tak-jadi-artis>, diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 17.00.

didapatkannya. Hilangnya akun Instagram Kekeyi ini tidak memakan waktu begitu lama, akan tetapi hanya memakan waktu selama seminggu. Sejak kembalinya akun Instagramnya ini, Kekeyi selalu memposting kurang lebih tiga kali dalam sehari baik itu aktivitas keseharian, kerjaan, video tiktok, foto selfie dan lain sebagainya. Namun, selalu saja ada yang merasa kurang senang akan kembalinya akun Instagramnya tersebut. Sehingga, Kekeyi pun mendapatkan bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* yang ditulis oleh netizen. Secara garis besar, peneliti melihat munculnya komunikasi verbal *hate speech* di akunnya tersebut dikarenakan tingkah laku yang ditampilkan Kekeyi di Instagramnya. Sehingga, menimbulkan respon atau reaksi negatif dari netizen yang melihatnya. Pasalnya, beberapa diantaranya ada yang merasa gemes akan tingkah laku Kekeyi yang membuat mereka menulis komentar untuk Kekeyi.

Penelitian ini diharapkan dapat memunculkan pengetahuan yang bermanfaat bagi orang-orang dalam menghadapi zaman yang sudah maju ini dengan segala kecanggihan teknologi dan telekomunikasi. Pengetahuan mengenai komunikasi verbal *hate speech* sudah selayaknya dipahami oleh orang-orang sebagai hal yang dapat memberikan dampak buruk. Penelitian ini pun penting untuk mendukung teori yang sudah ada dan mengembangkan teori yang sudah ada tersebut menjadi lebih luas, serta penggunaan metode dalam keberhasilan suatu penelitian.

Adapun alasan peneliti untuk melakukan penelitian ini dikarenakan komunikasi verbal *hate speech* netizen sudah marak terjadi di media sosial Instagram. Hal tersebut dikarenakan kebebasan kita dalam berbahasa yang dimana

tidak adanya ruang batasan. Sehingga, bahasa-bahasa bermakna negatif dapat muncul. Bahasa yang menjadi peran penting dalam komunikasi verbal ini membuka peluang munculnya bahasa bermakna negatif sehingga komunikasi verbal *hate speech* netizen dapat terjadi. Di tambah lagi, salah satu bentuk sarana komunikasi pada media sosial Instagram berlangsung secara publik dan bersifat *openness of media* serta ketersediaan fasilitas komentar. Sehingga, netizen dapat dengan mudah mengungkapkan pesan terhadap unggahan yang dilihatnya dengan bentuk penyampaianya secara komentar tertulis. Sedangkan alasan peneliti memilih akun Instagram Kekeyi dengan nama akun yaitu @rahmawatikekeyiputricantikka23, dikarenakan Kekeyi kerap mendapatkan komentar *hate speech* dari netizen diunggahnya dalam bentuk tulisan salah satunya diunggah 17 Agustus 2020. Dimana dalam unggahan tersebut banyak bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen dengan menggunakan bahasa bermakna negatif yang berbentuk provokasi, penghinaan fisik, kata-kata kasar dan lain sebagainya. Dengan demikian, peneliti memilih akun media sosial Instagram Kekeyi dengan nama pengguna @rahmawatikekeyiputricantikka23 dalam memperoleh data untuk keberhasilan penelitian. Sehingga, alasan tersebut sudah cukup bagi peneliti dalam memilih akun Instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 untuk melakukan penelitian ini. Untuk itu peneliti ingin melakukan penelitiannya dengan judul **“Analisis Komunikasi Verbal Hate Speech Netizen di Akun Media Sosial Instagram @Rahmawatikekeyiputricantikka23”**.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal *hate speech* netizen sudah marak terjadi di platform media sosial salah satunya Instagram yang dilakukan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan bahasa bermakna negatif. Dimana, Instagram yang memberikan fasilitas komentar ini memudahkan terjadinya komunikasi verbal *hate speech* netizen. Pasalnya, tidaknya ada kontrol sosial terhadap diri kita dalam penggunaan media sosial. Sehingga, komunikasi verbal *hate speech* netizen pun dapat muncul di akun instagram Kekeyi.
2. Adanya ruang tanpa batas dalam bahasa yang dimana bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Bahasa memegang peranan penting dalam komunikasi verbal, karena media yang sering dipakai yaitu bahasa. sehingga, komunikasi verbal mengandung makna *denotative*. Dengan demikian, bahasa bermakna negatif dapat muncul. Hal tersebut dikarenakan adanya ruang tanpa batas dalam bahasa yang membuat kita dapat mengungkapkan. Sehingga komunikasi verbal *hate speech* dapat terjadi.
3. Munculnya komunikasi verbal *hate speech* di akun Instagram Kekeyi didasari karena unggahan-unggahan Kekeyi menimbulkan respon negatif dan juga Kekeyi kerap bertingkah aneh. Sehingga, netizen menuliskan komentar untuk Kekeyi dengan bentuk komunikasi verbal *hate speech* provokasi, penghinaan fisik, kata-kata kasar dan lain sebagainya dengan menggunakan bahasa bermakna negatif.

4. Adanya bentuk kesengajaan yang dilakukan Kekeyi dengan tujuan untuk mempromosikan dirinya, sehingga dengan adanya komunikasi verbal *hate speech* yang dilakukan netizen tersebut akan menaikkan popularitas yang berbentuk sensasi dengan tujuan agar dirinya diingat oleh netizen.

C. Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka peneliti ingin melakukan pembatasan masalah penelitian dengan melihat komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020 yang berbentuk tulisan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah, yaitu berapa frekuensi kategori bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen pada komentar unggahan 17 Agustus 2020 di akun Instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui frekuensi bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen pada komentar unggahan 17 Agustus 2020 di akun Instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam kajian ilmu komunikasi mengenai komunikasi verbal *hate speech* netizen di Instagram dengan metode berupa analisis isi kualitatif. Sehingga, nantinya dapat menciptakan generasi muda yang cerdas dalam menggunakan media sosial.

b. Manfaat Praktisi

Bagi peneliti, penelitian ini memberikan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan sehingga dapat menjadi acuan dasar bagi peneliti dalam memahami komunikasi verbal *hate speech* netizen di media sosial instagram yang berbentuk tulisan dengan wujud *hate speech* berupa provokasi dan penghinaan yang menggunakan bahasa bermakna negatif. Sedangkan bagi netizen yang melakukan *hate speech* diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memberikan komentar dengan memilah terlebih dahulu bahasa yang akan digunakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Roudhonah (2019: 21-22) “Kata atau istilah komunikasi merupakan terjemahan dari bahasa Inggris ‘*communication*’ yang dikembangkan di Amerika Serikat dan komunikasi pun berasal dari unsur persuratkabaran yaitu *journalism*. Adapun definisi komunikasi dapat dilihat dari dua sudut, yaitu dari etimologi dan terminologi.” Secara etimologi komunikasi diartikan sebagai perhubungan, sehingga memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan orang yang menerima pesan. Karena ‘*communis*’ disini bisa saja diberi arti dengan ‘sama makna’ atau ‘sama arti’ sehingga lambang-lambang yang diberikan itu merupakan milik bersama antara orang yang memberi lambang dengan orang yang menerima lambang.” Dalam bahasa Latin komunikasi diartikan sebagai *communicare* yang berarti berpartisipasi ataupun memberitahukan, *communis* yang berarti milik bersama ataupun berlaku di mana-mana, *communis opinion* yang berarti pendapat umum ataupun pendapat mayoritas, *communico* yang berarti membuat sama dan *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama atau makna yang sama”.

Sedangkan komunikasi menurut terminologi atau menurut para ahli. Dimana, Carl I. Hovland dalam Roudhonah (2019: 22-24) “Komunikasi adalah *‘The process by which an individuals (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicant)’* Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang-orang lain (komunikan).” Laswell (1960) mengatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan akibat atau hasil apa” (*who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*)”.

Roudhonah (2019: 25-26) “Komunikasi memiliki beberapa karakteristik yang diperoleh dari beberapa definisi, meliputi komunikasi adalah suatu proses, komunikasi melibatkan beberapa unsur seperti yang diungkapkan Lasswell, komunikasi bersifat transaksional (memberi/menerima), komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan, komunikasi menuntun adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelakunya dan komunikasi bersifat simbolis”.

b. Jenis Komunikasi

Anwar Arifin (2010: 30-31) “Sejak mulai dipelajari di tingkat universitas, di Amerika Serikat komunikasi sudah terbagi menjadi dua yaitu komunikasi media massa yang dipelajari di bawah nama ilmu komunikasi massa dan komunikasi langsung (tatap muka) dipelajari di bawah nama komunikasi bicara (*speech communication*). Dengan demikian pembagian secara klasik dari

komunikasi manusia khususnya di Amerika Serikat, dilihat dari segi media massa yaitu komunikasi media dan komunikasi non media.” Semua bentuk komunikasi yang bersifat umum, seperti retorika (berbicara di muka orang banyak) dan pembicaraan antara beberapa orang ditempat umum termasuk ke dalam bentuk publizistik. Dengan demikian publizistik mencakup komunikasi media massa dan retorika. Itulah sebabnya beberapa pakar ilmu komunikasi membedakan antara komunikasi massa dengan komunikasi media massa. Artinya komunikasi massa menekankan pada isi atau pesan, sedangkan komunikasi media massa menekankan pada penggunaan media. Bagi pihak yang menekankan pada penggunaan media, maka komunikasi dibagi atas dua bagian yaitu komunikasi media (beralat) dan komunikasi tatap muka. Jika komunikasi dititikberatkan pada sifat pesan, maka komunikasi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi massa dan komunikasi persona”.

Anwar Arifin (2010: 31-32) “Selain dari pembagian diatas, terdapat tiga jenis berdasarkan pengirim dan penerima atau peserta komunikasi, yaitu komunikasi persona, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Selain dari ketiga jenis komunikasi tersebut, para sosiologi menambahkan satu jenis komunikasi, yaitu komunikasi organisasi.” Disamping itu pula, sering dijumpai komunikasi berdasarkan lokasi atau kawasan, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi regional dan komunikasi nasional. Akhirnya terdapat pula satu jenis komunikasi yang dinamakan komunikasi pembaharuan dan komunikasi pembangunan, yaitu komunikasi yang dilakukan secara sadar, sistematis dan berencana untuk mengubah pola berpikir dan tingkah laku masyarakat”.

c. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Secara umum, Roudhonah (2019: 63) menyampaikan fungsi komunikasi menurut ahli komunikasi memiliki empat fungsi, yakni sebagai berikut.

- *Mass information*, yaitu untuk memberi dan menerima informasi.
- *Mass education*, yaitu untuk memberi pendidikan.
- *Mass persuasion*, yaitu untuk mempengaruhi.
- *Mass entertainment*, yaitu untuk menghibur.

Dengan demikian, fungsi komunikasi ditentukan oleh hubungan sosial antara komunikator dan komunikan. Menurut Harold D. Lasswell dalam Roudhonah (2019: 64-65) fungsi komunikasi mempunyai tiga bagian, yakni sebagai berikut.

- Fungsi sosial, yaitu pengawasan lingkungan yang menunjuk pada upaya pengumpulan, pengolahan, produksi dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi baik di dalam maupun diluar lingkungan masyarakat.
- Fungsi korelasi, yaitu menunjuk pada upaya memberikan interpretasi atau penafsiran informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi.
- Fungsi pengoperan, yaitu menunjuk pada upaya pendidikan dan pewarisan nilai-nilai, norma-norma dan prinsip-prinsip dari satu generasi ke generasi lainnya.

Adapun tujuan komunikasi secara umum yang dikemukakan Harold D. Lasswell dalam Roudhonah (2019: 65), yakni sebagai berikut.

- *Social change* (perubahan sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.
- *Attitude change* (perubahan sikap). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
- *Opinion change* (perubahan pendapat). Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
- *Behavior change* (perubahan perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

2. Komunikasi Verbal

a. Pengertian Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal yaitu komunikasi dengan menggunakan lambang bahasa. Paulette J. Thomas dalam Roudhonah (2019: 120) “*verbal communication my be oral or written and involver the ability to encode and decode.*” Jadi, bisa dipahami bahwa komunikasi verbal adalah penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan bahasa lisan dan tulisan”.

Tri Indah Kusumawati (2016: 84) “Pengertian komunikasi verbal lisan ialah bentuk komunikasi dengan mengucapkan kata-kata secara langsung kepada lawan bicaranya.” Biasanya komunikasi lisan dapat dilakukan secara personal atau individu yang berkomunikasi atau berhadapan langsung. Contohnya melakukan komunikasi tatap muka.” Sedangkan pengertian komunikasi verbal tulisan ialah komunikasi yang dilakukan melalui tulisan seperti dalam kegiatan surat-menyurat yang melalui pos, berkomentar di media sosial instagram,

mengirim pesan di telegram, mengirim e-mail dan sebagainya. Dalam dunia bisnis komunikasi ini terbilang sering dilakukan”.

Roudhonah (2019: 120) “Lambang verbal adalah semua lambang yang digunakan untuk menjelaskan pesan-pesan dengan memanfaatkan kata-kata (bahasa).” Setiap kata-kata (bahasa) memiliki aturan-aturan, yakni sebagai berikut.

- Fonologi, yaitu cara bagaimana suara dikombinasikan untuk membentuk kata.
- Sintaksis, yaitu cara bagaimana kata dikombinasikan sehingga membentuk kalimat.
- Semantik, yaitu arti kata/pesan.
- Pragmatis, yaitu cara bagaimana bahasa digunakan.

Hal yang disampaikan Roudhonah (2019: 121) bahwa dalam komunikasi, bahasa lisan dan tulisan memegang peranan yang sangat penting, terutama setelah ditemukannya media massa surat kabar, majalah, radio dan televisi yang menghendaki penggunaan bahasa dengan cara dan gaya yang berlainan.

b. Bahasa dalam Komunikasi Verbal

Deddy Mulyana (2017: 260-261) “Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.” Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang

merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu misalnya, kata rumah, kursi, mobil dan mahasiswa”.

Tri Indah Kusumawati (2016: 84) “Komunikasi verbal mengandung makna *denotative* karena media yang sering dipakai ialah bahasa. Sehingga bahasa memegang peran yang sangat penting.” Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Sedangkan secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa”.

Roudhonah (2019: 121) “Bahasa lisan dan tulisan adalah lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi. Sebabnya ialah karena bahasa selain dapat mewakili kenyataan yang konkret dan objektif dalam dunia sekeliling kita, juga dapat mewakili hal yang abstrak sekalipun, yaitu bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud kita. Sebagai contoh rasa sayang dan rasa cinta seseorang, demikian juga rasa benci seseorang adalah hal yang susah untuk dilihat dan diraba. Hanya dapat diperlihatkan dengan tindakan, namun kadang-kadang seseorang susah untuk menangkap apa yang dilihat dan salah menafsirkan. Maka hal tersebut akan mudah dipahami jika dinyatakan dengan kata-kata”.

c. Prinsip-Prinsip Komunikasi Verbal

Dalam bukunya *Communication in Our Lives*, Julia T.Wood dalam Nurudin (2016: 127-132) pernah mengemukakan, setidaknya ada tiga prinsip dalam komunikasi verbal yakni sebagai berikut.

- Interpretasi Menciptakan Makna

Seandainya Anda mendengar ajakan seseorang dikantor, “lebih baik kita pulang saja”. Apa yang ada dalam benak Anda saat itu? Seandainya lagi ada pernyataan teman, “saya sangat menyesal”. Ia menyesal atas perbuatannya, ia menyesal atas apa yang terjadi atau ia benar-benar tulus menyesal?.

Ada banyak interpretasi yang muncul atas sebuah pernyataan verbal. Interpretasi kita atas sebuah pesan membawa konsekuensi makna yang kita pahami. Bisa jadi makna atas sebuah pesan yang sama dipahami secara berbeda yang dikarenakan setiap orang berbeda-beda dalam menangkap makna pernyataan. Hal demikian bisa dipengaruhi oleh pengetahuan, latar belakang, kepentingan, tujuan berkomunikasi atau aspek psikologi seseorang. Semua faktor-faktor ini mempengaruhi bagaimana makna ditangkap berdasarkan interpretasi yang dibangun dalam pikirannya.

- Komunikasi adalah Aturan yang Dipandu

Aturan komunikasi (*communication rules*) adalah pemahaman bersama terhadap makna komunikasi dan macam komunikasi yang cocok atau tidak untuk berbagai situasi. Sebagian besar aturan tidak secara eksplisit atau dibangun dengan sengaja. Pada sekelompok masyarakat tertentu, ada kesepakatan atau bahasa rahasia yang hanya kelompok itu yang mengetahuinya. Ada dua aturan yang memandu komunikasi yakni aturan regulatif dan aturan

pokok. Aturan regulatif merinci kapan, bagaimana, di mana dan dengan siapa harus berbicara mengenai hal-hal tertentu. Sedangkan aturan pokok menjelaskan apa arti komunikasi dengan mengatakan pada kita bagaimana menilai jenis komunikasi tertentu.

- **Penekanan Mempengaruhi Makna**

Dalam beberapa memulai pembicaraan, seseorang ada yang mengucapkan salam, menanyakan kabar atau basa-basi. Ucapan di awal pembicaraan itu adalah salah satu ciri dalam memulai pembicaraan. Seseorang itu menekankan awal sebuah aktivitas yang menimbulkan makna tertentu. Saat seorang dosen mengucapkan, “sampai ketemu minggu depan”, lalu ia menutup buku atau mematikan laptop ia menekankan akhir sebuah pembicaraan.

3. *Hate Speech*

a. **Pengertian *Hate Speech***

Sri Mawarti (2018: 85-86) “*Hate speech* diistilahkan sebagai bentuk ujaran kebencian. *Hate speech* merupakan tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama dan lain-lain.” Dalam arti hukum, *hate speech* adalah perkataan, perilaku, tulisan, ataupun pertunjukan yang dilarang karena dapat memicu terjadinya tindakan kekerasan dan sikap prasangka entah dari pihak pelaku atau korban”.

Robert Post dalam Sri Mawarti (2018: 86) merupakan salah satu ilmuwan yang merujuk pada *Oxford English Dictionary* (OED) dan banyak dirujuk dalam

diskursus ini, mendefinisikan ujaran kebencian (*hate speech*) sebagai “*speech expressing hatred or intolerance of other social group especially on the basis of race and sexuality.*” Lalu apa yang bisa masuk dalam kategori atau istilah ‘*hate*’? Kembali merujuk OED, Post memahami ‘*hate*’ sebagai “*an emotion of extreme dislike or aversion; abhorence, hatred.*” Definisi ini mengandung dua aspek penting. Pertama berkaitan dengan substansi atau konten ujaran dan yang kedua berkaitan dengan jenis kelompok yang disasar. Sebuah ‘*speech*’ bisa dikatakan ‘*hate*’ apabila yang pertama ia mengekspresikan perasaan kebencian atau intoleransi yang bersifat ekstrim dan yang kedua perasaan tersebut ditujukan kepada kelompok lain berdasarkan identitas mereka seperti ras dan orientasi seksual”.

Veisy Mangantibe (2016: 160) “Di Indonesia sendiri, lingkup dari ujaran kebencian dikemukakan dalam angka 2 huruf f Surat Edaran Kapolri Nomor: SE/6/X/2015 tentang penanganan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) sebagai berikut, bahwa ujaran kebencian dapat berupa tindak pidana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, yang berbentuk antara lain:

- Penghinaan,
- Pencemaran nama baik,
- Penistaan,
- Perbuatan tidak menyenangkan,
- Memprovokasi,
- Menghasut,

- Penyebaran berita bohong, dan semua tindakan di atas memiliki tujuan atau bisa berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa dan/atau konflik sosial.

Fajrina Eka Wulandari (2017: 254) “Dalam Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik (UU ITE), komentar *hate speech* yang ada di media sosial merupakan salah satu kegiatan transaksi elektronik karena dilakukan melalui media elektronik.” UU ITE mengartikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pengertian dari UU ITE sendiri adalah undang-undang yang membahas ketentuan hukum tentang permasalahan yang terjadi dalam bidang perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang timbul di masyarakat”.

Zulkarnain (2020: 72) “*Hate speech* yang dilayangkan kepada seseorang atau kelompok orang tertentu banyak mencuri perhatian, contohnya melalui postingan di media sosial. Banyak netizen menyebarluaskan suatu postingan (gambar, foto, video, suara dan kata-kata) dengan ujaran kebencian yang menimbulkan penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan agama, dan lain sebagainya.” *Hate speech* tidak hanya dilakukan di media massa maupun media sosial saja, namun *hate speech* juga bisa dilakukan saat seseorang atau lebih berorasi di depan publik, ceramah keagamaan, bahkan lewat tulisan berupa spanduk maupun banner”.

b. Faktor-Faktor Penyebab *Hate Speech*

Segala hal yang terjadi pasti ada awal penyebabnya. Begitu pula netizen yang memberikan komentar *hate speech* di media sosial seseorang. Hal yang disampaikan Zulkarnain (2020: 77-78) di jurnalnya yang mengatakan faktor penyebab munculnya komunikasi verbal *hate speech* yakni sebagai berikut.

- Faktor individu, merupakan faktor yang dapat menyebabkan kejahatan seperti daya emosional, rendahnya mental, sakit hati dengan korban, dendam dan lain sebagainya.
- Faktor ketidaktahuan masyarakat, merupakan faktor penyebab terjadinya tindak kejahatan *hate speech*. Kurangnya sosialisasi/penyuluhan kepada masyarakat inilah yang menyebabkan kejahatan ini terjadi di masyarakat yang tergolong tidak tahu akan adanya aturan mengenai kejahatan *hate speech* khususnya penghinaan.
- Faktor sarana dan fasilitas, merupakan faktor yang berpengaruh pada era globalisasi seperti saat ini dan itu juga berpengaruh pada tumbuh pesatnya media elektronik khususnya media internet sehingga penyebaran informasi semakin mudah, cepat dan efektif untuk didapatkan. Sehingga seseorang kurang bijak menggunakan sarana media internet ataupun komunikasi serta tidak ada batasan dalam penggunaan alat komunikasi.
- Faktor kurangnya kontrol sosial, seperti hal kurangnya kontrol internal yang wajar dari pihak atau lingkungan dalam keluarga yang seringkali tidak mau tahu akan kondisi anggota keluarganya tersebut. sedangkan dari pihak eksternal, yang mana masyarakat tidak memperdulikan akan kejadian-

kejadian kejahatan yang terjadi di sekitarnya, hilangnya kontrol tersebut dan tidak adanya norma- norma sosial atau konflik norma- norma yang dimaksud.

- Faktor lingkungan, adalah tempat utama dalam mendukung terjadinya pola perilaku kejahatan yang dilakukan oleh seseorang. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut antara lain adalah lingkungan yang memberi kesempatan untuk melakukan kejahatan dan lingkungan pergaulan yang memberi contoh dan teladan.
- Faktor ekonomi dan kemiskinan, yaitu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya kejahatan *hate speech*. Faktor ekonomi yang dapat memicu terjadinya kejahatan biasanya bermula dari keadaan ekonomi pelaku yang tergolong rendah, pengangguran, tidak berpenghasilan dan terdesak akan suatu kebutuhan- kebutuhan yang tinggi serta mendesak sehingga mendorong pelaku melakukan kejahatan *hate speech*.
- Faktor kepentingan masyarakat, yaitu faktor kecenderungan yang tidak memikirkan dampak apa yang akan terjadi dikemudian hari dengan melakukan kejahatan *hate speech* dalam media sosial. Banyak masyarakat yang melakukan *hate speech* karena memiliki tujuan tertentu diantaranya mengenai hal pribadi, politik, SARA maupun hanya sekedar ingin dikenal banyak orang.

c. Hukum yang Mengatur *Hate Speech*

Zulkarnain (2020: 75) “Selama ini, *hate speech* berdampak pada pelanggaran HAM ringan hingga berat. Selalu awalnya hanya kata-kata, baik di media sosial maupun lewat selebaran, tapi efeknya mampu menggerakkan massa

hingga memicu konflik dan pertumpahan darah.” Oleh sebab itu maka di perlukan adanya suatu tindakan dari para aparat dan penegak hukum khususnya kepolisian untuk mencegah dan melakukan tindakan preventif maupun represif dalam menangani kasus *hate speech* ini. Apabila tidak ditangani dengan efektif, efisien dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan maka akan berpotensi memunculkan konflik sosial yang meluas dan berpotensi menimbulkan tindak diskriminasi, kekerasan dan atau penghilangan nyawa”.

Hal yang disampaikan I Made Kardiya dkk (2020: 81) di jurnalnya bahwa Indonesia terdapat aturan yang mengatur mengenai *hate speech* yang berfungsi untuk melindungi korban *hate speech* dan memberikan sanksi pidana bagi para pelaku *hate speech*. Adapun aturan-aturan tersebut yakni sebagai berikut.

Tabel 2.1

Sanksi Pidana Pelaku *Hate Speech*

No	Hukum/Pasal	Bunyi
1.	Pasal 45 ayat (2) UU No 11 tahun 2008 tentang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik).	Jika pelaku melakukan tindak ujar kebencian di internet maka akan diberikan sanksi ini.
2.	Pasal 165A KUHP.	Jika tindak ujar kebencian kepada suatu agama yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung maka akan diberikan sanksi ini.
3.	Pasal 156 KUHP.	Jika tindak ujar kebencian kepada suku yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung maka akan diberikan sanksi ini.
4.	Pasal 157 KUHP.	Jika tindak ujar kebencian antar golongan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung maka akan diberikan sanksi ini.
5.	Pasal 16 UU Nomor 40 tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi	Jika tindak ujar kebencian berdasarkan ras dan etnis yang dilakukan secara langsung maupun

Ras dan Etnis.	tidak langsung maka akan diberikan sanksi ini.
6. Pasal 310 KUHP.	Jika tindak ujar kebencian berdasarkan penyebaran berita bohong secara langsung maupun tidak langsung maka akan diberikan sanksi ini.

Tabel 2.2

Hukum Perlindungan Korban *Hate Speech*

No.	Hukum/Pasal	Dalam/Tentang
1.	Pasal 310, 165, 167, dan 165a ayat (1) dan ayat (2)	Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)
2.	Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008	ITE
3.	Pasal 16 UU Nomor 40 Tahun 2008	Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis
4.	Pasal 45a undang-undnag Nomor 19 tahun 2016	Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang ITE

I Made Kardiya (2020: 81) “Dengan demikian, perlindungan hukum bagi korban *hate speech* adalah suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian bagi korban. Untuk mencapai itu semua, dapat dilakukan dengan cara bentuk santunan berupa pemulihan nama baik (rehabilitasi), pemulihan keseimbangan batin (antara lain dengan pemaafan), pemberian ganti rugi (restitusi, kompensasi, jaminan atau santunan kesejahteraan sosial) dan sebagainya”.

4. *General Semantics Theory*

Daryanto dan Muljo Rahardjo dalam bukunya (2016: 188-194) “*General semantics theory* merupakan aliran teori yang menganggap bahwa bahasa harus dapat lebih merefleksikan dunia di mana kita hidup. Asumsi yang mendasari

pemikiran teori ini adalah bahwa *'the word is not the thing'*. Kata dianggap sebagai abstraksi dari realitas. Oleh karenanya teori ini memandang bahwa kata harus sedekat mungkin dengan realitas yang direfleksikannya. Meskipun demikian mereka menyadari bahwa ini suatu hal yang sulit, karena ketika kata merupakan suatu konsep yang statis dalam waktu yang panjang, realitas selalu dalam kondisi yang berubah". Untuk itu, berikut cara dalam memahami *general semantics* dan bagaimana kita menggunakannya, yaitu:

a. Penggunaan Simbol

Pandangan ini mengasumsikan bahwa seluruh perilaku manusia berangkat dari penggunaan simbol. Alfred Korzybski menganggap adanya ketidaktepatan dalam penggunaan bahasa sehari-hari kita. Kata dan pada kenyataannya semua jenis simbol tidak sama dengan fenomena yang digambarkannya. Menurut Ogden dan Richards simbol adalah representasi ide dan ide ada representasi objek, dan ketiganya merupakan fenomena yang berbeda.

b. *Silent Assumptions*

Dan P. Millar dan Frank E. Millar mengemukakan bahwa makna dari suatu kata tidak terbatas dari yang kita temukan dalam kamus, jadi kesalahpahaman semantik terjadi karena kita terlalu sering menggunakan asumsi secara diam-diam. *General semantics* menjelaskan menjelaskan bahwa kita memiliki kecenderungan untuk berurusan dengan objek pada tataran abstrak. Seperti yang telah dikemukakan oleh Korzybski bahwa tataran objektif bukan kata dan tidak dapat dicapai hanya dengan kata. Untuk mencapai hal tersebut,

general semantics mengajarkan kita untuk *silent* dan kondisi *silent* ini memungkinkan kita untuk merespon kata sebagai manusia daripada bereaksi terhadapnya sebagaimana yang dilakukan oleh hewan.

c. Reaksi/Respon

Konstruk ini diawali oleh asumsi bahwa manusia bereaksi seperti yang dilakukan hewan melalui apa yang disebut respons yang dikondisikan. Namun, Korzybski menekankan bahwa kita seharusnya tidak meniru binatang. Respon kita haruslah kondisional bukan dikondisikan. Artinya respon kita harus melalui penundaan dan modifikasi bukan otomatis. Untuk mencapai hal ini kita harus belajar menghindari dari suatu reaksi yang baku terhadap kelas individu atau kelompok orang dan menyadari adanya perbedaan-perbedaan di antara individu anggota kelompok atau kelas dan menyesuaikan respon kita.

d. Identitas

Alasan utama mengapa kita cenderung untuk bereaksi dari pada merespon adalah karena kita melihat kesamaan identitas. Konstruk tentang identitas berkaitan erat dengan dua konstruk lain dalam teori *general semantics*, yaitu *nonallness* dan *nonadditivity*. *Nonallness* berarti bahwa kita tidak dapat mengatakan segala sesuatunya secara lengkap mengenai semua hal. Oleh karenanya ketika kita melihat adanya kesamaan dalam beberapa hal, kita cenderung untuk mengabaikan perbedaan-perbedaannya. *General semantics* merekomendasikan kita untuk menggunakan “dan sebagainya” untuk memberikan gambaran bahwa terdapat hal-hal lain yang tidak kita ketahui ketika mendeskripsikan sesuatu pada saat berbicara. Sedangkan *nonadditivity* kita

lakukan ketika kita menambahkan sesuatu dan hasilnya dapat memiliki arti yang lain.

e. Keterikatan pada Waktu dan Ruang

General semantics mengemukakan bahwa segala sesuatu di dalam lingkungan fisik akan terus-menerus berubah. Kita tidak sama dengan diri kita sepuluh tahun yang lalu, bahkan juga kita tidak sama dengan diri kita sepuluh detik yang lalu, karena sel dalam tubuh kita berkembang, mati dan sebagainya. Hal yang sama juga terjadi pada benda mati, karena molekul akan selalu berubah dan bergerak. Fenomena ini kita sebut keterikatan waktu. Selain itu juga terjadi keterikatan ruang, karena ruang yang berbeda, orang akan merpersepsikan sesuatu secara berbeda-beda.

f. Multiordinalitas

Multiordinalitas menjelaskan mengenai pernyataan yang bertingkat-tingkat. Misalnya kita berkata bahwa 'kucing belang berlari lebih cepat dari pada kucing hitam'. Lalu kita bergerak pada tataran abstraksi yang lebih tinggi dan membuat pernyataan lain mengenai pernyataan ini, seperti 'itu benar' atau 'itu salah'. Pernyataan-pernyataan tersebut ada pada tataran abstrak yang lebih tinggi dari pada pernyataan pertama, karena semuanya merupakan pernyataan mengenai pernyataan pertama. Jadi kata pernyataan dianggap memiliki multiordinal yang dapat digunakan pada tataran atau tingkatan abstraksi yang berbeda dan makna dari tiap-tiap tataran yang berbeda.

g. Orientasi Intensional dan Ekstensional

Konstruksi ini menjelaskan bagaimana orientasi orang ketika merespon suatu hal. Menurut Irving J. Lee, orientasi intensional didasarkan pada definisi verbal, asosiasi dan sebagainya yang mengabaikan observasi. Jadi seperti ungkapan bicara dulu tanpa peduli bagaimana kenyataannya. Sedangkan orientasi ekstensional didasarkan pada susunan observasi, investigasi dan sebagainya terlebih dahulu sebelum membicarakannya. *General semantics* lebih mendukung orientasi eksternal yang artinya merekomendasikan seseorang untuk lebih dulu mencari faktanya.

5. Analisis Isi Kuantitatif

Berelsonin Crano dan Brewer (2002) dalam Nanang Martono (2019: 92) “*Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication.*” Secara umum analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Untuk itu analisis isi dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks.

Nanang Martono (2019: 93) “Analisis isi kuantitatif pada awalnya digunakan dalam ilmu komunikasi sebagai upaya mengungkap makna di balik simbol dan bahasa yang menjadi saran komunikasi.” Analisis isi dikategorikan dalam tipe penelitian nonreaktif dikarenakan objek yang menjadi sasaran penelitian tidak memberikan reaksi atau pengaruh kepada peneliti. Peneliti cukup menganalisis data dari berbagai sumber.” Berbeda dengan survei dan eksperimen yang menggunakan individu atau kelompok sosial sebagai objek penelitian. Untuk itu, analisis isi relatif lebih mudah dilakukan karena peneliti tidak perlu

menyiapkan berbagai instrumen yang rumit untuk diberikan kepada responden. Dengan analisis isi, peneliti dapat membandingkan berbagai simbol dalam media atau teks tertentu dan menganalisisnya dengan teknik kuantitatif”.

6. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Media Sosial Instagram

I Putu Agus Eka Pratama (2020: 1) “Keberadaan teknologi jaringan komputer (khususnya internet), perangkat keras komputer (*hardware*) dan perangkat lunak komputer (*software*) yang terus berkembang, mendorong terciptanya beragam aplikasi dan layanan digital. Pengguna internet dapat dengan mudah berinteraksi dengan para pengguna internet lainnya di seluruh dunia ke dalam bentuk komunikasi (teks, video, audio), serta pertukaran data dan informasi didalamnya. Komunikasi ini di fasilitasi oleh *social media* yang menjadi media untuk interaksi sosial para pengguna internet secara online di dalam jaringan internet”.

Media sosial bukanlah hal yang asing bagi sebagian besar pengguna komputer dan internet saat ini. Setiap orang yang menggunakan komputer dan internet dapat dengan mudah mengetahui dan memanfaatkan *social media*. Sam Decker dari Mass Relevance dalam I Putu Agus Eka Pratama (2020: 2-3) “Menyatakan definisi dari *social media* sebagai sebuah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh para pengguna internet untuk diri mereka sendiri.” Majorie Clayman dari Clayman Advertising Corporation, menyatakan bahwa *social media* merupakan *marketing tools*, yaitu alat berupa perangkat lunak komputer (*software*) untuk kebutuhan pemasaran secara online, yang dapat

digunakan untuk melakukan pemasaran produk dan layanan serta mengetahui detail dari konsumen dan pelanggan dengan lebih baik (misalkan kelakuan, minat dan hobi) yang dapat digunakan untuk memprospek mereka”.

I Putu Agus Eka Pratama (2020: 129) “Media sosial menciptakan berbagai macam platform atau aplikasi di dalamnya, salah satunya platform atau aplikasi instagram. Instagram merupakan sosial media kategori *picture sharing* yang bukan hanya menyediakan kemudahan untuk mengunggah file-file foto dan gambar digital ke internet melalui halaman website dari aplikasi web browser, tapi juga kemudahan melalui aplikasi mobile yang dapat dipasangkan pada perangkat smartphone, tablet dan handphone. Untuk versi mobile, instagram tersedia di platform Android dan IOS”.

Ranny Afandi dan Tim Stiletto Book (2019: 1-2) “Instagram dirilis sejak bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram berkembang sangat pesat dan berhasil menggilas kompetitornya seperti Snapchat dan Twitter yang juga mengadopsi fitur-fitur baru dalam perjalanan mereka. Menurut data dari Omnicore, digital marketing agency di Amerika Serikat, per September 2018 pengguna aktif Instagram tembus 1 miliar per bulan, 500 juta pengguna aktif per hari, 400 juta Instagram story per hari, 25 juta pengguna Instagram bisnis, lebih dari 100 juta unggahan foto dan video per hari, 4,2 juta like per hari. Total unggahan foto hingga September 2018 adalah 50 miliar dan angka ini terus bertambah hingga sekarang”.

b. Tujuan Media Sosial Instagram

Bimo Mahendra (2017: 152) banyak pengguna Instagram yang bertujuan untuk mengekspresikan kepribadiannya masing-masing, salah satunya adalah untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan dirinya melalui upload-an foto yang mereka lakukan. Secara umum tujuan dari instagram, salah satunya yaitu sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat ataupun dirinya sendiri kedalam bentuk foto.

c. Fitur-Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara sekian banyak fitur yang ada di instagram, ada beberapa fitur yang digunakan oleh akun instagram dalam menjalankan komunikasi pemasarannya. Nurudin (2016: 127-132) adapun fitur tersebut yakni sebagai berikut.

- *Following* dan *Followers*, yaitu menjadi sistem sosial di dalam Instagram seperti mengikuti pengguna lain (*following*) dan memiliki pengikut atau teman (*followers*).
- *Upload Photo* (Mengunggah Foto), yaitu kegunaan utama dari Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.
- Efek Foto, yaitu pada versi awalnya, instagram memiliki 15 efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari : *X-Pro II*, *Lomo-fi*, *Earlybird*, *Sutro*, *Toaster*, *Brannan*, *Inkwell*, *Walden*, *Hefe*, *Apollo*, *Poprocket*, *Nashville*, *Gotham*, *1977*, dan *Lord Kelvin*. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu

instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu : *Valencia*, *Amaro*, *Rise*, *Hudson* dan telah menghapus 3 efek yaitu : *Apollo*, *Poprocket*, dan *Gotham* dari dalam fitur tersebut.

- Judul Foto, yaitu foto yang disunting akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam instagram sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto dan menambahkan lokasi foto tersebut.
- Arroba, yaitu fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lainnya, seperti dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto.
- *Geotagging*, yaitu bagian yang akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka. Dengan demikian iDevice tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna instagram tersebut berada.
- Jejaring Sosial, yaitu para pengguna dapat membagikan unggahan jejaring sosial lainnya seperti facebook, twitter, foursquare, tumblr dan flickr yang tersedia di halaman instagram untuk membagi foto tersebut.
- Tanda Suka (*Like*), yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan

jumlah suka pada sebuah foto di dalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

- Popular (*Explore*), yaitu tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.

d. Dampak Media Sosial Instagram

Pengguna platform media sosial atau media daring pasti memberikan dampak bagi kehidupan penggunanya baik secara positif maupun secara negatif. Bimo Mahendra (2017: 160), dampak positif adanya media sosial instagram bagi penggunanya ialah memiliki banyak teman dari berbagai kalangan, cepat mendapatkan informasi dan sebagai hiburan dengan melihat foto-foto yang di upload seseorang. Sedangkan dampak negatifnya ialah sebagai ajang pamer, baik dari segi fisik maupun materi.

7. Unggahan 17 Agustus 2020 di Akun @Rahmawatikekeyiputricantikka23

Gambar 2.1

Unggahan 17 Agustus 2020



(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021)

Unggahan 17 Agustus 2020 merupakan unggahan video boomerang yang diupload Kekeyi di akun Instagramnya yaitu @rahmawatikekeyiputricantikka23, dimana di dalam unggahan tersebut, ada Eko Patrio beserta Istri dan juga Kekeyinya sendiri dengan menampilkan gaya masing-masing dari mereka yang dimana jumlah komentar yang didapatkan sebanyak 354 komentar.

Dalam unggahan tersebut, banyak netizen memberikan komentar yang merupakan bentuk respon netizen pada saat melihat unggahan tersebut salah satunya bentuk komentar *hate speech*. Dalam kolom komentar unggahan tersebut, komentar *hate speech* berupa komentar tertulis yang ditulis oleh netizen dan komentar-komentar *hate speech* yang didapatkan ialah *hate speech* berupa penghinaan fisik, kata-kata kasar, menunjuk makhluk tertentu, menunjuk binatang tertentu, merendahkan seseorang serta terdapat pula bentuk provokasi yang dimana komentar tersebut menggunakan bahasa-bahasa negatif dalam

menyampaikannya dan hal tersebut merupakan bentuk reaksi/respon dari netizen pada saat melihat unggahan.

8. Netizen

Nunung Prajarto (2018: 33-34) pada mulanya, industri media konvensional berperan sebagai produsen informasi tunggal dan menempatkan audiens sebagai konsumen informasi yang pasif. Audiens cenderung diposisikan sebagai khalayak pasif yang tidak memiliki kuasa atas konten informasi yang disampaikan media. Akan tetapi, kondisi tadi berubah secara signifikan seiring kehadiran media baru. Kemampuan pengguna media baru (warga net/netizen) untuk memproduksi konten informasi memungkinkan setiap netizen memiliki kuasa sebagai produsen pesan. Netizen memiliki keleluasaan dan peluang untuk membuat konten sesuai dengan minat dan kepentingannya, serta media baru memungkinkan setiap netizen dapat memproduksi dan menyebarkan informasi dalam waktu singkat, melebihi kemampuan media konvensional. Akibatnya, media baru kini telah menjadi kanal informasi yang banyak digunakan sebagai rujukan untuk mengakses informasi. Media sosial sebagai bagian dari media baru pada satu titik turut berkontribusi dalam mengubah lanskap ini. Melalui media sosial, setiap netizen dapat mengunggah konten secara bebas, baik melalui akun personal maupun organisasional yang dimilikinya.

B. Kerangka Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti mengkategorikan komunikasi verbal *hate speech* netizen yang ada di unggahan 17 Agustus 2020 berupa komentar tertulis

dengan menggunakan teknik analisis isi. Adapun kategori yang peneliti kategorikan yakni sebagai berikut.

Tabel 2.3

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen

No	Kategori	Penjelasan
1.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen berbentuk penghinaan. Adapun pengkategorian bentuk penghinaan sebagai berikut. a. Penghinaan menunjuk binatang tertentu. b. Penghinaan berupa kata-kata kasar. c. Penghinaan menunjuk makhluk tertentu. d. Penghinaan menunjuk fisik. e. Penghinaan merendahkan kekeyi	Menurut KBBI, penghinaan adalah proses, cara, perbuatan menghina seperti menistakan dan bentuk yang dilontarkan kepadanya betul-betul keterlaluan. Dalam penelitian ini bentuk penghinaan yang dikategorikan peneliti menggunakan bahasa-bahasa negatif yang dimana hal tersebut merupakan bentuk respon dari netizen pada saat melihat unggahan.
2.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen berbentuk provokasi.	Menurut KBBI, provokasi adalah perbuatan untuk membangkitkan kemarahan seperti adanya tindakan menghasut atau pancingan terkait kalimat yang dilontarkan seseorang. Dalam penelitian ini provokasi terbentuk dikarenakan salah satu netizen memberikan komentar yang dimana hal tersebut menjadi pancingan untuk netizen lainnya sehingga akan terjadi saling saut-saut dalam komentar.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian ini peneliti mengambil penelitian sebelumnya sebagai penelitian terdahulu yang relevan dengan tujuan membantu peneliti memposisikan permasalahan penelitian dan menunjukkan orisinalitas permasalahan penelitian, yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.4

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1.	Gladyz	Analisis <i>Hate</i>	Pendekatan	Penelitian ini bertujuan untuk

Puteri G	<i>Speech Media Instagram Pada Indonesian Pageants, 2019</i>	Melalui Sosial Studi Komunitas Skripsi Universitas Sriwijaya	kuantitatif-deskriptif	mengetahui tingkat kecenderungan kalimat <i>hate speech</i> yang terdapat dalam kolom komentar akun instagram <i>pegeants lovers @garudapageants</i> . Dimana, hasil yang didapatkan bahwa adanya tingkat kecenderungan komentar <i>hate speech</i> yang muncul dalam akun instagram <i>@garudapageants</i> dengan angka persentase tertinggi yaitu aspek hinaan sebesar 0,88%.
2. Berlian Fika Rachma Ukhty	Ujaran Kebencian (Hate Speech) Dalam Media Baru (Analisis Isi Kuantitatif Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar Berita Gerakan #2019GantiPresiden pada Media Online Detik.com Periode 03-09 April 2018)	Pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi	Penelitian ini hanya berfokus pada komentar berita gerakan #2019GantiPresiden pada media online detik.com periode -03-09 April 2018 yang mengandung konten ujaran kebencian. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu penghinaan 112 komentar (56%), pencemaran nama baik 6 komentar (3%), perbuatan tidak menyenangkan 16 komentar (8%), memprovokasi 20 komentar (10%), menghasut 1 komentar (0,5%), dan 45 komentar (22,5%) penyebaran berita bohong/fitnah. Dan frekuensi aspek ujaran kebencian sebagai berikut: agama 1 komentar (0,5%), keyakinan/kepercayaan politik 117 komentar (58,5%), antargolongan 81 komentar (40,5%), dan gender 1 komentar (0,5%) dari jumlah 200 komentar ujaran kebencian yang diambil.	

1. Persamaan Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini kesamaan yang terdapat dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang komentar *hate speech* di media sosial instagram dengan pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif.

2. Perbedaan Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni sebagai berikut.

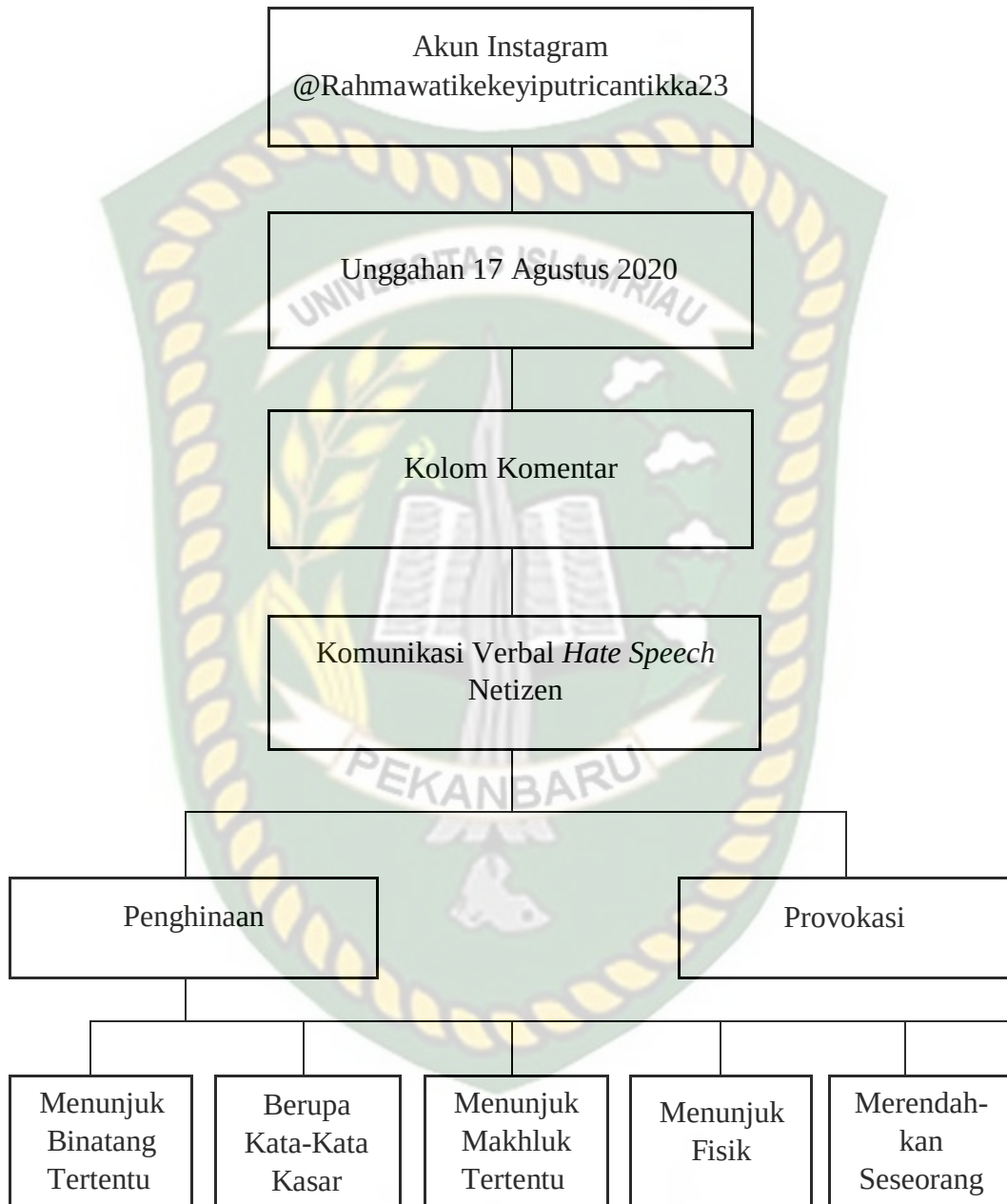
- Penelitian pertama bertujuan untuk mengetahui tingkat kecenderungan kalimat *hate speech* yang terdapat dalam kolom komentar akun instagram *pegeants lovers @garudapageants* dengan metode yang digunakan berupa deskriptif.
- Penelitian kedua bertujuan untuk mengetahui persentasi tertinggi komentar ujaran kebencian pada komentar berita gerakan #2019GantiPresiden di media online detik.com periode -03-09 April 2018.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berawal dari akun Instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23, kemudian unggahan 17 Agustus 2020 menjadi tempat dalam melihat komunikasi verbal *hate speech* netizen dengan jumlah tayangan sebanyak 321.171 tayangan dan jumlah komentar sebanyak 354 komentar. Terdapat bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen pada kolom komentar, diantaranya komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi. untuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan terbagi lagi, yaitu penghinaan menunjuk binatang tertentu, penghinaan berupa kata-kata kasar, penghinaan menunjuk makhluk tertentu, penghinaan menunjuk fisik dan penghinaan merendahkan seseorang. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis

Pada penelitian ini, peneliti memiliki hipotesis bahwa frekuensi komentar *hate speech* yang paling banyak pada unggahan 17 Agustus 2020 mengenai komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa komentar tertulis di akun instagram Kekeyi dengan nama pengguna yaitu @rahmawatikekeyiputricantikka23 berada pada kategori komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan dengan menggunakan bahasa-negatif yang merupakan bentuk reaksi/respon dari netizen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Creswell dalam Rachmat Trijono (2015: 17) “Penelitian kuantitatif yakni penyelidikan tentang masalah kemasyarakatan atau kemanusiaan yang didasarkan pada pengujian suatu teori yang tersusun atas variabel-variabel, diukur dengan bilangan-bilangan dan dianalisis dengan prosedur-prosedur statistik dengan tujuan, apakah generalisasi-generalisasi prediktif dari teori tertentu yang diselidiki terbukti kebenarannya”.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Berelsonin Crano dan Brewer (2002) dalam Nanang Martono (2019: 92) “*Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication.*” Secara umum analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Untuk itu analisis isi dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks.

B. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019: 130) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini berupa komunikasi verbal *hate speech* yang dilontarkan oleh netizen dalam bentuk komentar tertulis di akun instagram

@rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020. Adapun kriteria populasi yang ditetapkan peneliti yakni sebagai berikut.

1. Komentar hanya berupa tulisan dan penambahan emot di akhir komentar.
2. Komentar yang dilihat hanya berfokus pada komentar *hate speech* netizen.
3. Komentar hanya menggunakan bahasa yang dipahami yaitu Bahasa Indonesia.

Dari kriteria populasi yang ditetapkan peneliti maka didapatkan sebanyak 63 populasi. Pengambilan populasi diambil pada 20 Agustus 2020, yang dimana data populasi diambil berdasarkan komentar tertulis mengenai komunikasi verbal *hate speech* netizen.

Sugiyono (2019: 131) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili”. Pada penelitian ini teknik sampel yang digunakan yaitu *random sampling* sederhana yang dimana setiap populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dengan cara memberikan kode pada setiap populasi lalu merandomkannya sehingga mencapai jumlah yang dibutuhkan. Penentuan jumlah sampel didapatkan melalui Website *random.org* sebanyak 50 sampel yang akan diteliti. Website *random.org* merupakan website untuk mengacak data dengan tujuan mendapatkan sampel yang telah diacak sesuai dengan tujuan teknik random sampling.

Dalam penentuan jumlah random sampling sederhana, peneliti menggunakan website *random.org*. Adapun langkah-langkahnya yakni sebagai berikut.

1. Buka website *random.org* melalui bantuan browser.
2. Lalu, klik *list randomizer* pada menu *list and strings and maps*.
3. Masukkan data berupa komentar pada kolom part 1 yang tersedia.
4. Selanjutnya, klik *randomize* pada kolom part 2: *Go!*.
5. Kemudian, website akan menampilkan hasil yang sudah diacak.
6. Peneliti mengurutkan komentar teratas yang diurutkan sesuai dengan jumlah sampel yang sudah ditentukan.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian, lokasi dan waktu sangat diperlukan dalam membuat suatu penelitian. Adapun lokasi penelitiannya yaitu berada di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020. Sedangkan waktu penelitiannya dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1
Lokasi dan Waktu Penelitian

No	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																KET
		AGUST-DES				JAN-MEI				JUN				JUL-AGUST				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan penyusunan UP	X	X	X														
2	Seminar UP				X													
3	Riset					X	X											
4	Peneliti Lapangan							X	X									
5	Pengolahan dan analisis data								X	X	X							
6	Konsultasi bimbingan skripsi										X	X	X					
7	Ujian skripsi													X				

8	Revisi dan pengesahan skripsi pengadaan serta penyerahan																	X	X		
9	Skripsi																			X	

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data utama dalam penelitian ini, Kriyantono (2020: 147) mengatakan bahwa sumber data primer bisa didapatkan melalui hasil pengisian pada kuesoiner yang diberikan, responden maupun subjek yang jadi riset, observasi dan wawancara yang berhubungan dengan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam penelitian ini data primer yaitu bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa komentar tertulis yang akan diteliti di akun instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan, Kriyantono (2020: 147) mengatakan bahwa data sekunder digunakan untuk melengkapi data yang paling utama yaitu data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder peneliti dapatkan dari buku, jurnal, artikel dan informasi-informasi dari instagram yang berhubungan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi melalui cara pengkodean, yaitu pemberian kategori atau kode berdasarkan komentar tertulis yang berbentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen, diantaranya komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan dan komunikasi verbal *hate*

speech netizen berbentuk provokasi. Untuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan, peneliti kategorikan lagi diantaranya komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk binatang tertentu, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan berupa kata-kata kasar, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk fisik dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merendahkan seseorang.

Teknik observasi juga digunakan peneliti dalam pengumpulan data. Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2019: 223-224) “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.” Teknik observasi dalam penelitian ini yaitu observasi nonpartisipan yang dimana peneliti hanya sebagai pengamat independen”.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif. Berelsonin Crano dan Brewer (2002) dalam Nanang Martono (2019: 92) “*Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication.*” Secara umum analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Untuk itu analisis isi dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks. Pada tahap ini, peneliti akan melakukan pengkodean data, yang dimana data yang dimaksud adalah komunikasi verbal

hate speech netizen berupa komentar tertulis yang ada di akun instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020. Pengkodean akan dilakukan pada lembar *coding* yang nantinya akan diketahui bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Media Sosial Instagram

Media sosial bukanlah hal yang asing bagi sebagian besar pengguna komputer dan internet saat ini. Setiap orang yang menggunakan komputer dan internet dapat dengan mudah mengetahui dan memanfaatkan *social media*. Sam Decker dari Mass Relevance dalam I Putu Agus Eka Pratama (2020: 2-3) “Menyatakan definisi dari *social media* sebagai sebuah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh para pengguna internet untuk diri mereka sendiri. Majorie Clayman dari Clayman Advertising Corporation, menyatakan bahwa *social media* merupakan *marketing tools*, yaitu alat berupa perangkat lunak komputer (*software*) untuk kebutuhan pemasaran secara online, yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk dan layanan serta mengetahui detail dari konsumen dan pelanggan dengan lebih baik (misalkan kelakuan, minat dan hobi) yang dapat digunakan untuk memprospek mereka”.

I Putu Agus Eka Pratama (2020: 129) “Media sosial menciptakan berbagai macam platform atau aplikasi di dalamnya, salah satunya platform atau aplikasi instagram. Instagram merupakan sosial media kategori *picture sharing* yang bukan hanya menyediakan kemudahan untuk mengunggah file-file foto dan gambar digital ke internet melalui halaman website dari aplikasi web browser, tapi juga kemudahan melalui aplikasi mobile yang dapat dipasangkan pada perangkat smartphone, tablet dan handphone”.

Ranny Afandi dan Tim Stiletto Book (2019: 1-2) “Instagram dirilis sejak bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram berkembang sangat pesat dan berhasil menggilas kompetitornya seperti Snapchat dan Twitter yang juga mengadopsi fitur-fitur baru dalam perjalanan mereka. Menurut data dari Omnicore, digital marketing agency di Amerika Serikat, per September 2018 pengguna aktif Instagram tembus 1 miliar per bulan, 500 juta pengguna aktif per hari, 400 juta Instagram story per hari, 25 juta pengguna Instagram bisnis, lebih dari 100 juta unggahan foto dan video per hari, 4,2 juta like per hari. Total unggahan foto hingga September 2018 adalah 50 miliar dan angka ini terus bertambah hingga sekarang”.

2. Akun Instagram @Rahmawatikekeyiputricantikka23

Akun Instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 merupakan platform pribadi milik Kekeyi yang dimana berfungsi sebagai tempat dalam mengunggah kegiatan Kekeyi. Akun Instagramnya ini mulai dikenal netizen pada tahun 2018 di bulan April lewat tutorial *make-up challenge* dengan balon sebagai aplikatornya dan ini merupakan awal mula Kekeyi dikenal. Saat ini, akun Instagram Kekeyi memiliki jumlah pengikut sebanyak 772K. Akun Instagram Kekeyi ini sudah mengalami asam, manis dan pahit di dunia per media sosial. Pasalnya, di bulan Juli 2020 akun Instagramnya diberhentikan oleh pihak Instagram dan banyak juga netizen yang kurang senang akan keberadaan akun Kekeyi ini yang dikarenakan ia kerap bertingkah aneh di dalam unggahannya tersebut. Sehingga, Kekeyi kerap mendapatkan komentar *hate speech* dari netizen.

Tampilan-tampilan yang ada diakunnya tersebut berupa kegiatan sehari-hari seperti mengunggah foto/video, kerjaan dan lain sebagainya yang di unggah tiga kali dalam sehari. Adanya fasilitas komentar dari Instagram membuat netizen dapat berkomentar di setiap unggahannya tersebut. Komentar-komentar yang muncul pun beragam, ada komentar yang membangun dan ada pula komentar yang menjatuhkan. Namun, dari apa yang peneliti lihat, komentar yang didapatkan ialah komentar *hate speech* berupa penghinaan dengan menunjuk binatang, berupa kata-kata kasar, menunjuk makhluk tertentu, menunjuk fisik dan merendahkan seseorang serta berbentuk provokasi yang peneliti lihat dari observasi yang peneliti lakukan.

3. Unggahan 17 Agustus 2020 dalam Melihat Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen di Akun Instagram @Rahmawatikekeyiputricantikka23



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Unggahan 17 Agustus 2020 merupakan unggahan video boomerang yang diupload Kekeyi di akun instagramnya yaitu @rahmawatikekeyiputricantikka23, dimana di dalam unggahan tersebut, ada Eko Patrio beserta Istri dan juga Kekeyinya sendiri dengan menampilkan gaya masing-masing dari mereka yang dimana jumlah komentar yang didapatkan sebanyak 354 komentar. Dalam unggahan tersebut, komunikasi verbal *hate speech* berupa komentar tertulis yang ditulis oleh netizen dan komentar-komentar *hate speech* yang didapatkan ialah *hate speech* berupa penghinaan fisik, kata-kata kasar, menunjuk makhluk tertentu, menunjuk binatang dan merendahkan seseorang serta berbentuk provokasi yang merupakan bentuk reaksi/respon netizen pada saat melihat unggahan.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Frekuensi Kategori Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23. Komunikasi verbal yang terbentuk dalam penelitian ini ialah komunikasi yang secara tertulis yang berbentuk penghinaan dan provokasi dengan bahasa yang digunakan berupa bahasa bermakna negatif dengan populasi sebanyak 63. Adapun bentuk kategorinya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1

Kategori Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Penghinaan	52	104%
2.	Provokasi	11	22%

Dari hasil penelitian yang dilihat dari sampel yang didapatkan yaitu 50 sampel yang dihitung melalui rumus Slovin dengan menggunakan teknik random sampling melalui situs *random.org* terdapat sebanyak 63 akun yang berkomentar. Dimana, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merupakan kategori dengan jumlah yang paling banyak yaitu sebanyak 52 yang dilontarkan oleh netizen. Adapun penjabarannya yakni sebagai berikut.

- **Komunikasi Verbal *Hate Speech* Berbentuk Penghinaan**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) penghinaan yaitu proses, cara, perbuatan menghinakan seperti menistakan dan bentuk yang dilontarkan kepadanya betul-betul keterlaluan. Dalam penelitian ini, komunikasi verbal *hate speech* berbentuk penghinaan dikategorikan ke dalam bentuk penghinaan ringan. Hal tersebut dikarenakan bentuk komunikasi verbal *hate speech* yang didapatkan ialah komentar dengan menggunakan kata-kata negatif dalam menyampaikannya. Dimana, Menurut R. Soesilo dalam Shanti Rachmadsyah (2020, chap. 1) dalam buku *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, untuk dapat dikatakan sebagai penghinaan ringan, maka perbuatan itu dilakukan dengan jalan selain “menuduh suatu perbuatan”, misalnya dengan mengatakan “anjing”, “bajingan” dan sebagainya.⁶ Dalam penelitian ini komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan dikategorikan oleh peneliti menjadi 5 kategori, diantaranya

⁶<https://jurnal.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4cbc2c0845f4b/penghinaan-ringan>, diakses pada 19 Februari 2021 pukul 15.00.

komunikasi verbal *hate speech* netizen menunjuk binatang tertentu, komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa kata-kata kasar, komunikasi verbal *hate speech* menunjuk makhluk tertentu, komunikasi verbal *hate speech* menunjuk fisik dan komunikasi verbal *hate speech* netizen merendahkan seseorang. Adapun tabel penjelasannya yakni sebagai berikut.

Tabel 4.2

Kategori Komunikasi Verbal *Hate Speech* Berbentuk Penghinaan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen menunjuk binatang tertentu	8	16%
2.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen berupa kata-kata kasar	19	38%
3.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen menunjuk makhluk tertentu	5	10%
4.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen menunjuk fisik	16	32%
5.	Komunikasi verbal <i>hate speech</i> netizen merendahkan seseorang	4	8%

Dari hasil penelitian, kategori komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan di akun @rahmawatikekeyiputricantikka23 pada unggahan 17 Agustus 2020 berupa komentar tertulis, jumlah paling banyak berada di kategori komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan berupa kata-kata kasar yaitu dengan jumlah komentar sebanyak 19 komentar dan besar persentase 38%. Berikut salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan berupa kata-kata kasar dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.1

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Berupa

Kata-Kata Kasar



ilhmdhrr_ Mingkem apa goblokkk babi ngepet gigi tonggos kontrol

23m 1 suka Balas

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Kategori dengan jumlah terbanyak kedua yaitu komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk fisik dengan jumlah komentar sebanyak 16 komentar dan persentase sebesar 32%. Berikut ini salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk fisik dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.2

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Fisik



mystuff_collection Mending klo cantik, udh tonggos knp hrs ditambahin tonggosnya

36m 1 suka Balas

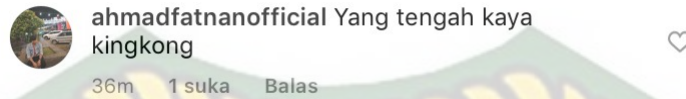


(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selanjutnya, disusul oleh komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk binatang tertentu yang menempati posisi ketiga dengan jumlah komentar sebanyak 8 komentar dan persentase sebesar 16%. Berikut ini salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk binatang tertentu dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.3

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Binatang Tertentu

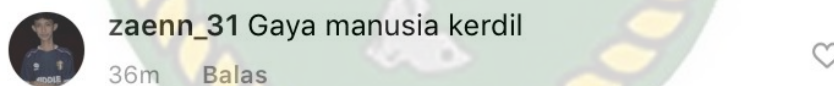


(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Kemudian, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu menempati posisi keempat dengan jumlah 5 komentar dan persentase sebesar 10%. Berikut ini salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.4

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Makhluk Tertentu



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Kategori terakhir yaitu komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merendahkan seseorang dengan jumlah komentar sebanyak 4 komentar dan persentase sebesar 8%. Berikut ini salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merendahkan seseorang dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.5

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan

Merendahkan Seseorang



novel_murah Maksudnya ketemu calon majikan?



36m 1 suka Balas

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

- **Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Provokasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), provokasi adalah perbuatan untuk membangkitkan kemarahan seperti adanya tindakan menghasut atau pancingan terkait kalimat yang dilontarkan seseorang. Dalam penelitian ini komunikasi verbal *hate speech* berbentuk provokasi ialah berupa kalimat pancingan dan amarah yang dilontarkan salah satu netizen sehingga akan terjadinya saling memberi komentar antara netizen satu dengan netizen lainnya.

Tabel 4.3

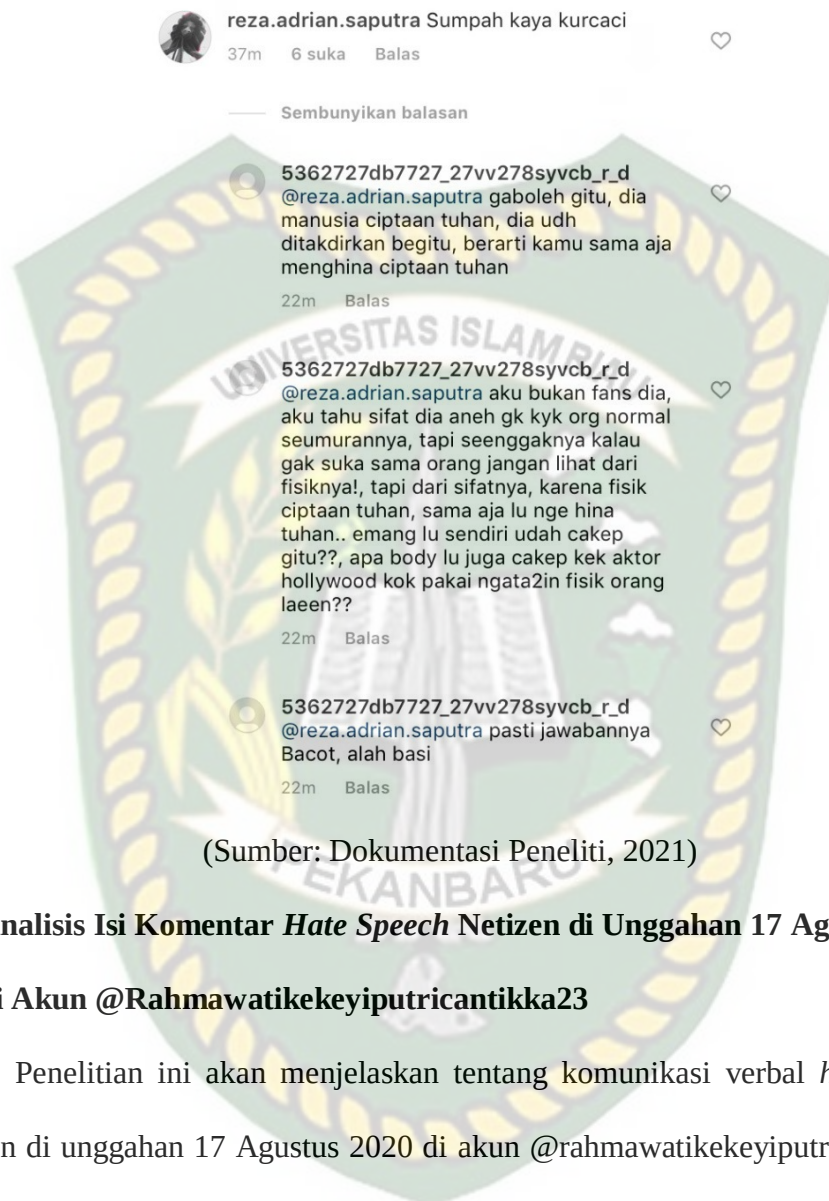
Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Provokasi

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Provokasi	11	22%

Dari hasil penelitian, kategori komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi di akun @rahmawatikekeyiputricantikka23 pada unggahan 17 Agustus 2020 berupa komentar tertulis termasuk kategori terakhir atau komentar paling sedikit dengan jumlah komentar sebanyak 11 komentar dan persentase sebesar 22%. Berikut salah satu komentar komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi dengan menggunakan teknik dokumentasi berupa hasil *screenshot*.

Gambar 4.6

Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Provokasi



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

2. Analisis Isi Komentar *Hate Speech* Netizen di Unggahan 17 Agustus 2020 di Akun @Rahmawatikekeyiputricantikka23

Penelitian ini akan menjelaskan tentang komunikasi verbal *hate speech* netizen di unggahan 17 Agustus 2020 di akun @rahmawatikekeyiputricantikka23

yang berbentuk komentar tertulis dengan wujud *hate speech* berupa penghinaan dan provokasi. Adapun bentuk analisisnya yakni sebagai berikut.

- a. Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan
 - Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Binatang Tertentu



ahmadfatnanofficial Yang tengah kaya kingkong

36m 1 suka Balas



(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021)

Komentar yang dilontarkan oleh akun @ahmadfatnanofficial merupakan komentar tertulis yang berbentuk penghinaan dengan menunjuk binatang tertentu. Dimana, dapat dilihat dari bukti *screenshot* diatas akun @ahmadfatnanofficial memberikan pernyataan dengan mengatai Kekeyi seperti hewan kingkong. Padahal, dalam unggahan 17 Agustus 2020 di akun @rahmawatikekeyiputricantikka23 tidak terdapat hewan kingkong didalam unggahan tersebut. Menurut KBBI kingkong adalah monyet besar. Artinya, komentar tersebut memang ditujukan untuk Kekeyi. Pasalnya, Kekeyi berada di tengah dan komentar dari akun @ahmadfatnanofficial ditujukan untuk orang yang berada ditengah. Dengan demikian dari komentar yang dilontarkan oleh akun @ahmadfatnanofficial merupakan bentuk penghinaan

dengan menunjuk binatang tertentu yaitu kingkong dengan jumlah komentar sebanyak 8 komentar dan persentase sebesar 16%

- Komunikasi Verbal Hate Speech Netizen Berbentuk Penghinaan berupa Kata-Kata Kasar



ilhmdhrr_ Mingkem apa goblokkk babi ngepet gigi tonggos kontol

23m 1 suka Balas

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selain itu, ada juga komentar penghinaan berupa kata-kata kasar yang dilontarkan oleh akun @ilhmdhrr_. Dimana, hal tersebut dapat dilihat dari bukti *screenshot* diatas yang membuktikan bahwa akun @ilhmdhrr_ memberikan komentar dengan menggunakan bahasa-bahasa negatif seperti kata goblok, babi ngepet, gigi tonggos dan kontol. Semua kata-kata yang diutarakannya ditujukan untuk kekeyi sebagai bukti bentuk penghinaan berupa kata-kata kasar yang dilontarkan oleh akun @ilhmdhrr_ dengan jumlah komentar sebanyak 19 komentar dan persentase sebesar 38%.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen berbentuk Penghinaan Menunjuk Makhluk Tertentu



zaenn_31 Gaya manusia kerdil

36m Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Komentar berikutnya adalah komentar yang dilontarkan oleh akun @zaenn_31 dan komentarnya tersebut merupakan bentuk penghinaan dengan menunjuk makhluk tertentu. Dimana, hal tersebut dapat dilihat dari bukti screenshot diatas, akun tersebut mengatai Kekeyi seperti manusia kerdil yang jika peneliti lihat komentar tersebut terlontarkan dikarenakan akun @zaenn_31 melihat tinggi badan yang dimiliki Kekeyi dengan jumlah banyak komentar sebanyak 5 komentar dan persentase sebesar 10 %. Dimana, arti kerdil bagi orang-rang adalah kecil atau pendek.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Fisik



mystuff_collection Mending klo cantik, udh tonggos knp hrs ditambahin tonggosnya

36m 1 suka Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selanjutnya, ada komentar penghinaan menunjuk fisik yang dilontarkan oleh akun @mystuff. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti screenshot diatas yang menyatakan “mending kalo cantik, udah tonggos kenapa harus ditambahin tonggosnya”. Dari pernyataan yang dilontarkan oleh akun @mystuff, ia mengagap bahwa Kekeyi tidak cantik dan seharusnya kalau tidak cantik tidak perlu menunjukkan kekurangan yang ada di diri Kekeyi seperti gigi tonggos. Namun, komentar tersebut menjadi penghinaan menunjuk fisik yang ditujukan untuk Kekeyi dengan jumlah komentar sebanyak 16 komentar dan persentase sebesar 32%.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Merendahkan Seseorang



novel_murah Maksudnya ketemu calon majikan?



36m 1 suka Balas

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Terakhir, ada komentar berbentuk penghinaan merendahkan seseorang yang dilontarkan oleh @novel_murah. Komentarnya tersebut mengartikan bahwa Kekeyi seperti pembantunya Eko dan Istri. Komentar tersebut menjadi penghinaan untuk Kekeyi pasalnya akun tersebut merendahkan dirinya dengan mengatai Kekeyi untuk bertemu calon majikan dengan jumlah komentar sebanyak 4 dan persentase sebesar 8%.

- b. Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Provokasi



gynt17 Mukanya gak bisa di filter ya lu 😏

34m 1 suka Balas



formdua2 @chickennugget3714 dari lu akhlak gk bisa di filter.

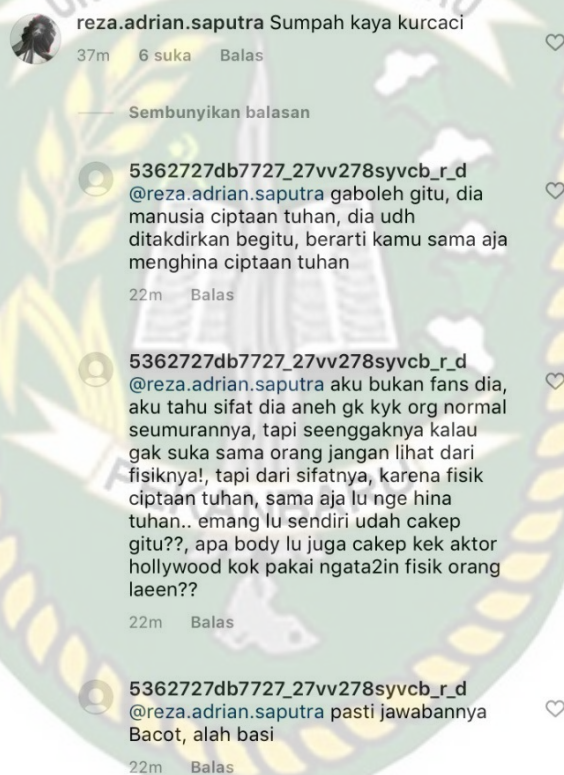
26m Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Komentar Provokasi yang dilontarkan oleh akun @gynt17 merupakan bentuk komentar tulisan yang dimana komentar tersebut mengibaratkan bahwa

muka Kekeyi mengganggu sehingga jika di filter akan kelihatan lebih bagus dan komentar tersebut mencuri perhatian dari akun @formdua2 dengan melemparkan komentar “dari lu akhlak gak bisa di filter” untuk akun @gynt17 yang sebelumnya nama akunnya yaitu @chickennugget3714. Sehingga dengan demikian komentar yang ditulis oleh akun @gynt17 merupakan komentar provokasi yang memancing akun @formdua2.



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selain itu, ada juga komentar provokasi yang dilontarkan oleh akun @reza.adrian.saputra yang memberikan komentar “sumpah kaya kurcaci” dan mencuri perhatian akun @5362727db7727_27vv278syvcb_r_d dengan membalas komentar “gaboleh gitu, dia manusia ciptaan tuhan, aku bukan fans dia, aku tau sifat dia aneh gk kyk org normal seumurannya, tapi seenggaknya

kalau gak suka sama orang jangan dilihat dari fisiknya, tapi dari sifatnya, karena fisik ciptaan tuhan, sama aja lu ngehina tuhan, emang lu sendiri udah cakep?? Apa body lu juga cakep kek aktor hollywood, kok pakai ngata2in fisik orang laen? Pasti jawabannya bacot, alah basi”. Dengan demikian komentar dari akun @reza.adrian.saputra menjadi komentar pancingan untuk akun @5362727db7727_27vv278syvcb_r_d.

C. Pembahasan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai analisis komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23. Dimana, menurut Paulette J. Thomas dalam Roudhonah (2019: 120), komunikasi verbal adalah “*verbal communication my be oral or written and involer the ability to encode and decode*”. Jadi bisa dipahami bahwa komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang penyampaian dan penerimaan pesannya menggunakan bahasa lisan dan tulisan. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan lambang bahasa yang dimana semua lambang yang digunakan untuk menjelaskan pesan-pesan dengan memanfaatkan kata-kata. Sehingga, bahasa disebut sebagai suatu sistem kode verbal.

Deddy Mulyana (2017: 260-261) bahasa verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud kita dengan menggunakan kata-kata untuk mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu. Sehingga, bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol dengan aturan untuk

mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Akan tetapi, bahasa yang muncul dalam menyampaikan pesan, dapat bermakna negatif dan bermakna positif. Semua hal tersebut tergantung dari individu masing-masing dalam menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Tri Indah Kusumawati (2016: 84) “Komunikasi verbal mengandung makna *denotative* yang artinya bahasa berperan sangat penting pada saat berkomunikasi, sehingga hal tersebut memberikan ruang tanpa batas seseorang dalam mengekspresikan dirinya lewat bahasa. Ruang tanpa batas tersebutlah yang memberikan banyak peluang bahasa-bahasa yang bermakna negatif bermunculan seperti bahasa dalam menunjuk binatang tertentu, bahasa berupa kata-kata kasar, bahasa yang menunjuk makhluk tertentu, bahasa yang menunjuk fisik dan bahasa dalam merendahkan orang”. Dengan demikian, komunikasi verbal *hate speech* netizen di Instagram dapat muncul yang didasari karena ruang tanpa batas dalam berbahasa dan kebebasan dalam penggunaan media sosial, yang dimana netizen dapat dengan bebas memberikan pesan verbal berupa komentar tertulis dari apa yang ia lihat di Instagram.

Pada penelitian ini, komunikasi verbal *hate speech* netizen disampaikan dalam bentuk komentar tertulis yang dilihat di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 di unggahan 17 Agustus 2020 dengan melakukan observasi dari bulan Agustus-Februari dan dokumentasi berupa hasil *screenshot*. Sehingga dari hasil observasi yang dilakukan, peneliti melihat bahwa komunikasi verbal *hate speech* netizen di unggahan 17 Agustus 2020 merupakan

pesan verbal dengan menggunakan bahasa-bahasa yang bermakna negatif meliputi bahasa dalam menunjuk binatang tertentu, bahasa berupa kata-kata kasar, bahasa yang menunjuk makhluk tertentu, bahasa dalam merendahkan orang dan bahasa yang menunjuk fisik dengan bentuk *hate speech* berupa penghinaan dan provokasi. Dalam penelitian ini, bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen dikategorikan berdasarkan dari Surat Edaran Kapolri Nomor: SE/6/X/2015 tentang penanganan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) sebagai berikut bahwa ujaran kebencian dapat berupa tindak pidana yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP. Ada pun pengertian *hate speech* sendiri, Sri Mawarti (2018: 85-86) ialah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama dan lain-lain.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan *general semantics theory*. Dimana, Daryanto dan Muljo Rahardjo (2016: 188) dalam bukunya, mereka mengatakan *general semantics theory* menganggap bahwa bahasa harus dapat merefleksikan dunia dimana kita hidup. Asumsi yang mendasari pemikiran teori ini adalah bahwa '*the word is not the thing*'. Kata dianggap sebagai abstraksi dari realitas. Oleh karenanya *general semantics* memandang bahwa kata harus sedekat mungkin dengan realitas yang direfleksikannya. Secara sederhana, teori ini menunjukkan karakteristik bahasa dan menjelaskan kesalahan dalam menggunakan bahasa, mencermati bagaimana berbicara dengan tepat,

menyesuaikan kata dengan keadaan sebenarnya dan menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kekeliruan dan kesalahan. Dengan demikian, berdasarkan realitas yang ada kata akan bermunculan disetiap pemikiran individu, sehingga individu tersebut dapat mengungkapkan kata yang dipikirkannya tanpa memilahnya terlebih dahulu sehingga dapat menyebabkan kemunculan kata-kata bermakna negatif seperti komunikasi verbal *hate speech*.

Untuk itu, *general semantics theory* ini dapat membantu peneliti dalam melihat komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatiekeyiputricantikka23 dengan melihat bahasa atau kata-kata yang digunakan netizen pada saat memberikan komentar di unggahan 17 Agustus 2020. Dimana reaksi/respon yang muncul pada saat melihat unggahan tersebut, banyak diantaranya yang memberikan komentar dengan bahasa bermakna negatif seperti bahasa dalam menunjuk binatang tertentu, bahasa berupa kata-kata kasar, bahasa yang menunjuk makhluk tertentu, bahasa dalam merendahkan orang dan bahasa yang menunjuk fisik dengan bentuk *hate speech* berupa penghinaan dan provokasi. Adapun penjabarannya ialah sebagai berikut.

a. Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Binatang Tertentu



ahmadfatnanofficial Yang tengah kaya kingkong

36m 1 suka Balas



(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021)

Komentar yang dilontarkan oleh akun @ahmadfatnanofficial merupakan komentar tertulis yang berbentuk penghinaan dengan menunjuk binatang tertentu. Komentar tersebut merupakan reaksi/respon dari akun @ahmadfatnanofficial pada saat melihat unggahan tersebut. Akan tetapi, dapat dilihat dari hasil *screenshot* tersebut penggunaan kata yang digunakan akun @ahmadfatnanofficial kurang tepat. Pasalnya, ia menggunakan kata-kata tersebut untuk memberikan penghinaan kepada Kekeyi, seharusnya kata tersebut ditujukan untuk objek yang sesuai dengan yang ia sampaikan, seperti kata monyet yang ada dikomentar tersebut seharusnya ia tujukan untuk hewan monyet.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan berupa Kata-Kata Kasar



ilhmdhrr_ Mingkem apa goblokkk babi ngepet gigi tonggos kontol

23m 1 suka Balas

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selanjutnya, ada juga komentar penghinaan berupa kata-kata kasar yang dilontarkan oleh akun @ilhmdhrr_ dan ini merupakan reaksi/respon dari akun @ilhmdhrr_ pada saat melihat unggahan tersebut. Namun, pelontaran kata yang ia lontarkan merupakan bahasa negatif, seperti terdapat kata goblok, babi ngepet, gigi tonggos dan kontol yang dimana semua kata tersebut ditujukan untuk Kekeyi. Namun, penggunaan kata yang ia lontarkan kurang tepat dalam memberikan komentar kepada Kekeyi kecuali dalam unggahan tersebut ada objek yang sesuai dengan komentar yang ia berikan.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen berbentuk Penghinaan Menunjuk Makhluk Tertentu



zaenn_31 Gaya manusia kerdil

36m

Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Berikutnya ada komentar yang dilontarkan oleh akun @zaenn_31 yang berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu. Dimana, hal tersebut dapat dilihat dari bukti *screenshot* diatas, akun tersebut memberikan komentar dengan menyalah gunakan kata. Karena, kata yang digunakannya untuk mengatai Kekeyi seperti manusia kerdil yang jika peneliti lihat komentar tersebut terlontarkan dikarenakan akun @zaenn_31 melihat tinggi badan yang dimiliki Kekeyi. Dimana, arti kerdil bagi orang-rang adalah kecil atau pendek. Seharusnya, kata yang ia gunakan ditujukan dengan objek yang sesuai.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Menunjuk Fisik



mystuff_collection Mending klo cantik, udh tonggos knp hrs ditambahin tonggosnya

36m

1 suka

Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selanjutnya, ada komentar penghinaan menunjuk fisik yang dilontarkan oleh akun @mystuff dan merupakan bentuk reaksi/respon dari akun tersebut pada saat melihat unggahan. Namun, kata-kata yang dilontarkan akun tersebut digunakan untuk mengatai fisik Kekeyi. Sehingga, seseorang dapat menyalah artikan dan menyalah gunakan kata seperti yang dilakukan akun @mystuff.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Penghinaan Merendahkan Seseorang



novel_murah Maksudnya ketemu calon majikan?

36m 1 suka Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Terakhir, ada komentar berbentuk penghinaan merendahkan seseorang yang dilontarkan oleh @novel_murah. Pada komentar tersebut ia menggunakan kata yang jika diartikan bahwa Kekeyi seperti pembantunya Eko dan Istri. Komentar ini juga merupakan bentuk reaksi/respon dari akun tersebut dalam melihat unggahan. Akan tetapi, penggunaan kata yang dilontarkan kurang tepat, pasalnya kata yang dilontarkan untuk merendahkan Kekeyi.

- Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen Berbentuk Provokasi



gynt17 Mukanya gak bisa di filter ya lu 🤔

34m 1 suka Balas



formdua2 @chickennugget3714 dari lu akhlak gk bisa di filter.

26m Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Komentar Provokasi yang dilontarkan oleh akun @gynt17 merupakan bentuk komentar tulisan yang dimana komentar tersebut mengibaratkan bahwa muka Kekeyi mengganggu sehingga jika di filter akan kelihatan lebih bagus dan komentar tersebut mencuri perhatian dari akun @formdua2 dengan melemparkan komentar “dari lu akhlak gak bisa di filter” untuk akun @gynt17 yang sebelumnya nama akunya yaitu @chickennugget3714. Akan tetapi, menggunakan kata yang digunakan oleh akun @gynt17 digunakan untuk meluapkan amarahnya pada saat melihat unggahan tersebut dan hal tersebut merupakan bentuk reaksi/respon pada saat melihat unggahan.



reza.adrian.saputra Sumpah kaya kurcaci

37m

6 suka

Balas



Sembunyikan balasan



5362727db7727_27vv278syvcb_r_d

@reza.adrian.saputra gaboleh gitu, dia manusia ciptaan tuhan, dia udh ditakdirkan begitu, berarti kamu sama aja menghina ciptaan tuhan

22m

Balas



5362727db7727_27vv278syvcb_r_d

@reza.adrian.saputra aku bukan fans dia, aku tahu sifat dia aneh gk kyk org normal seumurannya, tapi seenggaknya kalau gak suka sama orang jangan lihat dari fisiknya!, tapi dari sifatnya, karena fisik ciptaan tuhan, sama aja lu nge hina tuhan.. emang lu sendiri udah cakep gitu??, apa body lu juga cakep kek aktor hollywood kok pakai ngata2in fisik orang laeen??

22m

Balas



5362727db7727_27vv278syvcb_r_d

@reza.adrian.saputra pasti jawabannya Bacot, alah basi

22m

Balas



(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021)

Selain itu, ada juga komentar provokasi yang dilontarkan oleh akun @reza.adrian.saputra yang memberikan komentar “sumpah kaya kurcaci” dan mencuri perhatian akun @5362727db7727_27vv278syvcb_r_d dengan membalas komentar “gaboleh gitu, dia manusia ciptaan tuhan, aku bukan fans dia, aku tau sifat dia aneh gk kyk org normal seumurannya, tapi seenggaknya kalau gak suka sama orang jangan dilihat dari fisiknya, tapi dari sifatnya, karena fisik ciptaan tuhan, sama aja lu ngehina tuhan, emang lu sendiri udah cakep?? Apa body lu juga cafkep kek aktor hollywood, kok pakai ngata2in fisik orang laen? Pasti jawabannya bacot, alah basi”. Namun, penggunaan kata yang digunakan tidak tepat. Pasalnya, kata-kata tersebut digunakan untuk mengatai Kekeyi walaupun komentar tersebut merupakan reaksi/respon yang diberikan.

Dalam mendeskripsikan mengenai komunikasi verbal *hate speech* netizen di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23, peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui atau mengidentifikasi apa saja bentuk-bentuk komunikasi verbal *hate speech* yang ada di akun media sosial instagram @rahmawatikekeyiputricantikka23 dan cara yang digunakan yaitu pengkodean untuk mendapatkan hasil penelitian. Dimana hasil yang didapatkan ialah bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa penghinaan dengan jumlah komentar sebanyak 52 komentar dengan persentase sebesar 104% dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi dengan jumlah komentar sebanyak 11 komentar dengan persentase sebesar 22%. Untuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan, peneliti kategorikan lagi, diantaranya komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk binatang tertentu sebanyak 8 komentar dengan persentase sebesar 16%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan berupa kata-kata kasar sebanyak 19 komentar dengan persentase sebesar 38%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk fisik

sebanyak 16 komentar dengan persentase sebesar 32%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu sebanyak 5 komentar dengan persentase sebesar 10% dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merendahkan orang sebanyak 4 komentar dengan persentase sebesar 8%.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Ada pun kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini ialah sebagai berikut, yaitu :

1. Komunikasi verbal *hate speech* merupakan tindakan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan dalam bentuk provokasi, hasutan ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan dan agama yang dapat dilakukan dalam bentuk perkataan, tulisan, perilaku dan lain sebagainya dengan menggunakan bahasa lisan maupun tulisan disampaikan melalui media sosial, salah satunya instagram.
2. Adanya ruang tanpa batas dalam berbahasa membuat kita lupa diri sehingga bahasa bermakna negatif dapat bermunculan tanpa memikirkan sebab-akibat yang akan terjadi. Hal tersebut dilihat dari komunikasi verbal yang memiliki makna *denotative*, yang artinya bahasa berperan sangat penting, memberikan ruang tanpa batas seseorang dalam mengekspresikan dirinya lewat bahasa. Ruang tanpa batas tersebutlah yang memberikan banyak peluang bahasa-bahasa yang bermakna negatif bermunculan seperti bahasa dalam menunjuk binatang tertentu, bahasa berupa kata-kata kasar, bahasa yang menunjuk makhluk tertentu, bahasa yang menunjuk fisik dan bahasa dalam merendahkan orang.

3. Masalah penelitian ditandai karena kurangnya kontrol sosial dalam penggunaan media sosial instagram, media sosial yang bersifat openness of media, ketersediaan fasilitas komentar dan ruang tanpa batas dalam berbahasa sehingga komunikasi verbal *hate speech* netizen dapat terjadi melalui komentar di unggahan Kekeyi dan masalah ini sudah marak terjadi di platform media sosial Instagram. Hal lainnya dikarenakan bahasa merupakan abstraksi dari realitas.
4. Hasil yang didapatkan ialah bentuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berupa penghinaan dengan jumlah komentar sebanyak 52 komentar dengan persentase sebesar 104 % dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk provokasi dengan jumlah komentar sebanyak 11 komentar dengan persentase sebesar 22%. Untuk komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan, peneliti kategorikan lagi, diantaranya komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk binatang tertentu sebanyak 8 komentar dengan persentase sebesar 16%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan berupa kata-kata kasar sebanyak 19 komentar dengan persentase sebesar 38%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk fisik sebanyak 16 komentar dengan persentase sebesar 32%, komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan menunjuk makhluk tertentu sebanyak 5 komentar dengan persentase sebesar 10% dan komunikasi verbal *hate speech* netizen berbentuk penghinaan merendahkan orang sebanyak 4 komentar dengan persentase sebesar 8%.

B. Saran

Adapun saran dari peneliti ialah sebagai berikut, yaitu :

1. Masyarakat sudah seharusnya mengetahui mengenai komunikasi *verbal hate speech* dengan bentuk-bentuk *hate speech* dan cara penyampaiannya sehingga dapat meminimkan kasus *hate speech* di zaman sekarang dan menyaring lagi bahasa yang akan diungkapkan.
2. Perlunya kontrol sosial dari orang tua terhadap anak-anak dibawah umur dalam memberikan komentar di media sosial. Hal tersebut dikarenakan media sosial bersifat *openness of media*.
3. Perlunya kesadaran dalam menyaring kembali bahasa yang akan diungkapkan.
4. Netizen lebih bijak lagi dalam merespon unggahan di media sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Afandy, Ranny & Tim Stiletto Book. (2019). *HOW TO WIN INSTAGRAM TRIK MENJADI INSTAGRAM INFLUENCER*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Arifin, Anwar. (2010). *ILMU KOMUNIKASI: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Daryanto & M. Rahardjo. (2016). *TEORI KOMUNIKASI*. Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Junaedi, Fajar. (2019). *ETIKA KOMUNIKASI DI ERA SIBER: TEORI DAN PRAKTIK*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kriyantono, Rachmat. (2020). Edisi Kedua. *Teknik Praktisi Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. (2017). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Martono, Nanang. (2019). Edisi Revisi 2. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Nurudin. (2016). *ILMU KOMUNIKASI Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Pratama, I. P. A. Eka. (2020). *SOCIAL MEDIA DAN SOCIAL NETWORK*. Bandung: Informatika Bandung.
- Roudhonah. (2019). *ILMU KOMUNIKASI*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sudaryono. (2019). *Edisi Kedua. Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Trijono, Rachmat. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok: Papas Sinar Sinanti.

B. Jurnal Online

- Kardiyasa, I. Made dkk. (2020). Sanksi Pidana Terhadap Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) . *Jurnal Analogi Hukum*, 2(1): 78-82.

- Kusumawati, T. Indah. (2016). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2): 83-98.
- Mahendra, Bimo. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1): 151-160.
- Mangantibe, Veisy. (2016). Ujaran Kebencian Dalam Surat Edaran Kapolri Nomor: SE/6/X/2015 Tentang Penanganan Ucapan Kebencian (*Hate Speech*). *Lex Crimen*, V(1): 159-162.
- Mawarti, Sri. (2018). Fenomena *Hate Speech* Dampak Ujaran Kebencian. *Toleransi: Media Komunikasi Umat Beragama*, 10(1): 83-95.
- Ningrum, D. Junita dkk. (2018). Kajian Ujaran Kebencian di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Korpus*, II(III): 241-252.
- Putri, F. Isyana dkk. (2015). Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube). 1-9.
- Prajarto, Nunung. (2018). Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @lambe_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1): 33-46.
- Wulandari, F. Eka. (2017). *Hate Speech* dalam Pandangan UU ITE dan Fatwa MUI. *Ahkam*, 5(2): 251-270.
- Zulkarnain. (2020). Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) Di Masyarakat Dalam Kajian Teologi. *Jurnal Studia Sosia Religia*, 3(1): 70-82.

C. Website Online

- Aldida, V. Ika. (2018). *Cerita Kekey, Beauty Vlogger yang Viral Karena Gunakan Balon Berisi Air*. Diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 14.00, dari <https://celebrity.okezone.com/read/2018/11/09/33/1975511/cerita-kekey-beauty-vlogger-yang-viral-karena-gunakan-balon-berisi-air>.
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Diakses pada 10 Januari 2021 pukul 13.00, dari <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>.
- Dirgantar, A. (2021). *419 Konten Medsos Ditegur Terkait Hate Speech dalam 100 Hari Kapolri*. Diakses pada 23 Mei 2021 pukul 10.00, dari <https://news.detik.com/berita/d-5563094/419-konten-medsos-ditegur-terkait-hate-speech-dalam-100-hari-kapolri>.

- Rachmadsyah, Shanti. (2010). *Penghinaan Ringan*. Diakses pada 19 Februari 2021 pukul 15.00, dari <https://jurnal.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4cbc2c0845f4b/penghinaan-ringan>.
- Rasmi, L. Anggeng. (2020). *POPULER Akun Instagram-nya yang Hilang, Kekeyi Menangis Bingung Mau Kerja Apa Kalau Tak Jadi Artis*. Diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 17.00, dari <https://newsmaker.tribunnews.com/2020/07/08/populer-akun-instagram-nya-yang-hilang-kekeyi-menangis-bingung-mau-kerja-apa-kalau-tak-jadi-artis>.
- Riyanto, G. Putri. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Diakses pada 26 Juni 2021 pukul 09.30, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#:~:text=KOMPAS.com%20%2D%20Pengguna%20internet%20di,dibandingkan%20pada%20Januari%202020%20lalu.&text=Ini%20artinya%20C%20penetrasi%20internet%20di,2021%20mencapai%2073%2C7%20persen>.