

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah mengubah pola interaksi masyarakat, termasuk dalam hal mengakses dan merespons informasi melalui media sosial.¹ Media sosial lahir atas perkembangan teknologi berbasis internet yang membantu individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi informasi, dan membentuk jaringan secara daring dengan lebih mudah. Media sosial termasuk dalam media massa yang berfungsi sebagai alat penyalur informasi dan menjadi salah satu sumber informasi.² Kehadiran media sosial tidak hanya mempermudah akses terhadap informasi, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk karakter dan pola interaksi individu dalam kehidupan sehari-hari.³

Konten dalam media sosial dapat berupa teks, gambar, maupun video yang diunggah dan ditujukan kepada khalayak luas. Salah satu manfaat utama kehadiran media sosial adalah fungsinya sebagai sarana interaksi dan

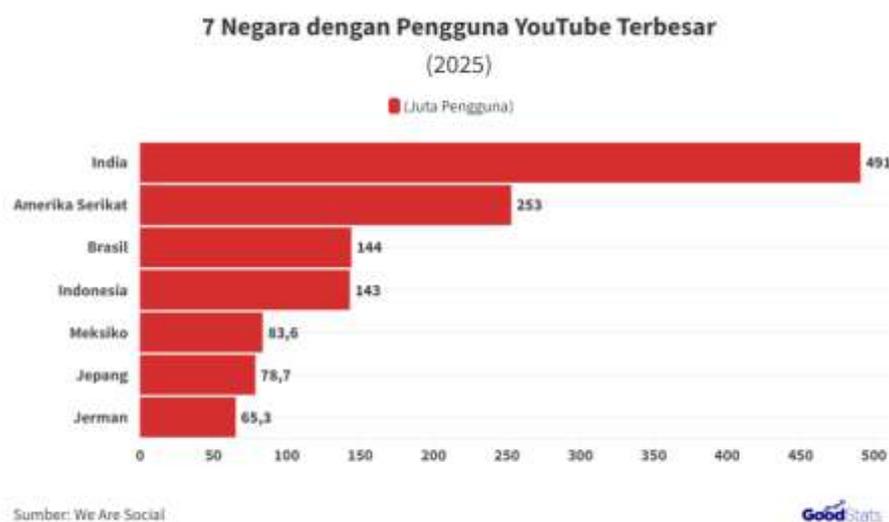
¹ Amar Ahmad, "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya," *Jurnal Dakwah Tabligh* 13, no. 1 (2012): 137–149.

² Anaziah Safitri et al., "Analisis Komentar Sarkasme Netizen Terhadap Tayangan Youtube Deddy Corbuzier Bersama Agung Suprio," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9, no. 8 (2022): 3127–3138.

³ Muhammad Saiq Kamal Faza and Amrullah Ali Moebin, "Analisis Sentimen Penonton Pada Video Habib Ja'Far Melalui Aplikasi MAXQDA," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2023): 1–12.

komunikasi jarak jauh secara daring.⁴ YouTube merupakan salah satu platform media sosial terbesar di dunia, yang di dalamnya memberikan fasilitas berupa fitur kolom komentar yang dapat digunakan pengguna untuk menyampaikan respons secara langsung terhadap suatu konten.

Platform YouTube tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga menjadi ruang publik digital, di mana diskusi sosial-politik berlangsung secara masif. Menurut laporan We Are Social, *YouTube* adalah salah satu platform dengan pengguna aktif terbesar di dunia. Data yang diambil pada awal 2025 yang menunjukkan bahwa pengguna dari Indonesia mencapai 142 juta jiwa.⁵



Gambar 1 Jumlah pengguna Youtube

Berdasarkan laporan tersebut dapat diketahui bahwa Indonesia adalah negara keempat di dunia dengan populasi pengguna *YouTube* terbanyak.

⁴ Ridwan Ramadan and M Fachri Adnan, "Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan Pemilu 2024," *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora* 4, no. 1 (2024): 14.

⁵ Agnez Z. Yonatan, "Indonesia Masuk Jajaran Pengguna YouTube Terbanyak Di Dunia 2025."

Masyarakat Indonesia menggunakan platform *YouTube* secara luas sebagai sumber konten dan informasi virtual. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa YouTube bukan hanya sumber konten dan informasi virtual, melainkan juga telah menjadi ruang publik digital di mana opini-opini masyarakat terekspresikan secara bebas. Tidak jarang ditemukan diskusi yang kompleks mengandung pro dan kontra, sehingga membangun suatu pola komunikasi yang terlihat dari tanggapan yang diberikan satu sama lain di kolom komentar.

Komentar merupakan wadah atau tempat dalam tatanan ruang digital yang dapat dikategorikan sebagai ruang publik. Ruang publik dapat diartikan sebagai tempat terjadinya pergulatan dan pertukaran berbagai gagasan kultural, sosial, politik dan ekonomi, sehingga ruang publik dipandang penting dalam menyemai demokrasi.⁶ Sesuai dengan pengertian ruang publik yang digagas Jürgen Habermas yang menyebutkan bahwa ruang publik itu dibentuk dari banyaknya keterlibatan publik dalam memiliki hak dan suara yang sama.⁷

Jenis konten yang banyak menarik perhatian publik dan komentar adalah tayangan *talkshow* politik yang sering kali memuat perdebatan dan kritik terhadap tokoh atau kebijakan tertentu. Tayangan yang menyita perhatian publik adalah program *Rakyat Bersuara* edisi “Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar”, yang diunggah pada 3 September 2024 melalui kanal YouTube iNews. Tayangan ini menjadi viral karena memperlihatkan perdebatan panas antara narasumber, bahkan disertai

⁶ Deny Wahyu Tricana, “Media Massa Dan Ruang Publik (Public Sphere), Sebuah Ruang Yang Hilang,” *ARISTO* 1, no. 1 (2013): 8–13.

⁷ Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Khalayak Media* (Prenada Media, 2019).

dengan ekspresi kemarahan dan penggunaan kata-kata kasar secara eksplisit di ruang publik. Hingga pertengahan Januari 2025, tayangan ini telah ditonton lebih dari 6 juta kali, mendapat lebih dari 70 ribu likes, dan hampir 47 ribu komentar dari netizen. Angka ini mengindikasikan bahwa tayangan tersebut tidak hanya mengundang perhatian, tetapi juga mengundang diskusi luas dari masyarakat digital (netizen).

Komentar-komentar yang muncul tidak hanya bersifat informatif atau netral, tetapi juga mengandung muatan emosi, provokasi, sindiran, hingga ujaran kebencian (*hate speech*). Ruang komentar pada YouTube bertransformasi menjadi arena perdebatan terbuka, di mana publik mengekspresikan opini politiknya dengan cara yang sangat beragam, ada yang mendukung, mengejek, bahkan melontarkan hinaan terhadap narasumber. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena mencerminkan kondisi sosial-politik masyarakat sekaligus memperlihatkan etika digital dijalankan atau justru diabaikan dalam praktik bermedia sosial.

Penelitian ini berupaya menganalisis sentimen netizen terhadap tayangan tersebut, khususnya melihat komentar-komentar netizen dibentuk, dikembangkan, dan direpresentasikan dalam ruang publik digital. Variabel utama dalam penelitian ini adalah sentimen netizen, yang akan dianalisis menggunakan metode kualitatif deskriptif berbasis konten, dengan bantuan perangkat lunak MAXQDA. MAXQDA digunakan untuk memetakan dan mengklasifikasikan komentar-komentar ke dalam kategori sentimen tertentu, seperti positif, negatif, dan netral serta mengidentifikasi tema dan pola

komunikasi yang muncul.

Urgensi dari penelitian ini muncul dari kekhawatiran terhadap menurunnya etika komunikasi di ruang publik digital, sebagaimana ditunjukkan dalam survei *Digital Civility Index* (DCI) oleh Microsoft pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa netizen Indonesia memiliki tingkat kesopanan terendah di Asia Pasifik, dengan skor 76 poin.⁸ Salah satu penyebabnya adalah masifnya hoaks, ujaran kebencian, dan sikap intoleran yang tersebar di media sosial. Maka dari itu, memahami dinamika komentar netizen terhadap konten politik menjadi penting untuk menakar sejauh mana etika digital dipahami dan diterapkan. Karena idealnya ruang publik digital dapat menjadi tempat diskusi sehat dan partisipatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Jurgen Habermas dalam Menoh, yang menyatakan bahwa ruang publik adalah arena diskusi di mana warga negara dapat menyampaikan pendapat secara rasional dan setara.⁹

Perlu diketahui sosok Rocky Gerung, sebagai tokoh intelektual publik yang sering tampil kritis dalam forum-forum terbuka, juga menjadi alasan penting dipilihnya tayangan ini sebagai objek penelitian. Rocky dikenal dengan gaya retorik yang tajam, kontroversial, dan kerap menggunakan satir dalam mengkritik kekuasaan. Kehadirannya dalam tayangan ini menimbulkan reaksi emosional yang tinggi dari publik, baik berupa kekaguman maupun penolakan, yang terekam dalam kolom komentar. Terdapat banyak komentar bernada

⁸ Yosepha Pusparisa, "Tingkat Kesopanan Netizen Indonesia Paling Buruk Se-Asia Pasifik," *Katadata Media Network* (2021).

⁹ Gusti A B Menoh, "Religiusitas Bangsa Sebagai Hasil Penalaran Publik Agama-Agama Di Indonesia: Diteropong Dari Perspektif Filsafat Politik Jurgen Habermas" (2014).

emosional, vulgar, bahkan menyerang pribadi sehingga menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas ruang publik digital dalam mewadahi diskursus demokratis.

Secara akademis penelitian ini memiliki kontribusi penting terhadap kajian komunikasi digital dan analisis media, terutama dalam konteks analisis sentimen di ruang publik virtual. Banyak peneliti telah mengkaji respons netizen terhadap berbagai konten media sosial, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Saiq Kamal Fazaa & Amrullah Ali Moebin, tentang Analisis Sentimen Penonton Pada Video Habib Ja'Far Melalui Aplikasi MAXQDA.¹⁰ Dalam penelitian ini meneliti analisis sentimen penonton pada video Habib Ja'Far di YouTube. Mereka menggunakan pendekatan analisis sentimen (*opinion mining*) untuk mengeksplorasi persepsi dan opini yang terkandung dalam teks komentar. Penelitian ini mengaplikasikan teori *Uses and Gratification* dan memanfaatkan aplikasi MAXQDA untuk mempermudah analisis data. terdapat perbedaan substansial dari penelitian tersebut yang berfokus pada konten keagamaan dan toleransi dengan pendekatan analisis sentimen.

Selanjutnya penelitian Sri Pertiwi Agesti dengan judul “Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Hilmi Firdausi”. Penelitian ini mengkaji etika komunikasi yang diterapkan oleh netizen di platform Twitter, dengan fokus pada respons mereka terhadap konten di akun Hilmi

¹⁰ Faza and Moebin, “Analisis Sentimen Penonton Pada Video Habib Ja'Far Melalui Aplikasi MAXQDA.”

Firdausi.¹¹ Agesti menganalisis berbagai bentuk interaksi daring dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan norma-norma etika digital.

Penelitian ini secara spesifik mengulas tayangan politik kontroversial dengan bantuan aplikasi MAXQDA masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah akademik (*research gap*) dalam literatur kajian media digital dan komunikasi. Berpijak pada latar belakang penelitian yang dipaparkan sebelumnya, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang utuh tentang dinamika komunikasi netizen dalam merespons konten di media sosial, serta membuka diskusi lebih luas tentang pentingnya literasi digital, etika berkomunikasi di ruang daring, oleh sebab itu peneliti menentukan judul “Analisis Sentimen Netizen Pada Tayangan Program Rakyat Bersuara Edisi Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi Hingga Keluar Kata Kasar Melalui Aplikasi MAXQDA”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, fokus penelitian yang akan dikaji terkait Analisis Sentimen Netizen Pada Tayangan Program Rakyat Bersuara Edisi Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi Hingga Keluar Kata Kasar Melalui Aplikasi MAXQDA. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konten tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara menjadi viral dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester*”

¹¹ Sri Pertiwi Agesti, “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi,” *Skripsi, IAIN Curup* (IAIN CURUP, 2022).

Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09”?

2. Bagaimana sentimen netizen dalam kolom komentar pada tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09*” melalui aplikasi MAXQDA?
3. Bagaimana etika bermedia netizen melalui tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09*” melalui aplikasi MAXQDA?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penyebab viral konten tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09*”
2. Untuk menganalisis sentimen netizen dalam kolom komentar pada tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09*” melalui aplikasi MAXQDA.
3. Untuk menganalisis etika bermedia netizen melalui tayangan video YouTube Program Rakyat Bersuara dengan judul “*Keras! Rocky Singgung Penjilat, Silfester Emosi hingga Keluar Kata Kasar - Rakyat Bersuara 03/09*” melalui aplikasi MAXQDA.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam analisis sentimen netizen dalam media sosial. Dengan fokus pada platform YouTube sebagai media massa, studi ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang proses komunikasi online dan dampaknya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan sesuai dengan dinamika komunikasi di era digital.

2. Secara Praktis

a. Bagi Praktisi Media

Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi media, khususnya content creator di YouTube, mengenai pola interaksi dan sentimen netizen. Hal ini dapat membantu dalam pengembangan konten yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan penonton.

b. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat umum, diharapkan dapat mengembangkan keilmuan yang berkaitan dengan analisis komentar pada komunikasi media massa sehingga proses kegiatan komunikasi di media sosial dapat ditemukan manfaatnya.

c. Bagi Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya koleksi literatur perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, terutama dalam bidang komunikasi, media sosial, dan analisis sentimen netizen. Hal ini akan memberikan sumber referensi yang berharga bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti lain yang tertarik pada topik terkait.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan landasan bagi peneliti berikutnya yang tertarik mengkaji topik serupa. Dengan menggunakan MAXQDA untuk analisis sentimen netizen, penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut dalam berbagai aspek komunikasi media sosial, sehingga dapat memperkaya pengetahuan dalam penelitian di bidang komunikasi.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk mendefinisikan dan memperjelas makna dari istilah atau konsep yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini adalah penjelasan untuk masing-masing penegasan istilah konseptual dan operasional:

1. Definisi Konseptual

a. Analisis Sentimen

Analisis sentimen (*sentiment analysis*) biasa dikenal dengan *opinion mining*, merupakan sebuah studi komputasi tentang persepsi dan ekspresi pendapat, perasaan, penilaian, sikap, perasaan,

subjektivitas, penilaian atau pendapat yang terkandung dalam sebuah teks.¹²

b. Netizen

Netizen merupakan gabungan dari kata Net dan Citizen yang mempunyai arti Pengguna Internet, atau penghuni yang aktif terlibat dalam jaringan online di Internet.¹³

c. YouTube

YouTube adalah platform berbagi video yang menyediakan beragam informasi dalam bentuk video atau gambar bergerak. Pengguna dapat mengunggah video dan membagikannya ke seluruh dunia. YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang merupakan mantan karyawan perusahaan keuangan digital, PayPal. *Platform* ini secara resmi diluncurkan pada Mei 2005.¹⁴

2. Definisi Operasional

Analisis sentimen netizen diartikan sebagai proses identifikasi, pengelompokan, dan penilaian terhadap sikap atau tanggapan emosional yang ditunjukkan oleh pengguna media sosial (netizen) terhadap tayangan program "Rakyat Bersuara" edisi "Keras! Rocky Singgung Penjilat,

¹² Faza and Moebin, "Analisis Sentimen Penonton Pada Video Habib Ja'Far Melalui Aplikasi MAXQDA." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7.1 (2023): 01-12.

¹³ Agesti, "Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi."

¹⁴ Muhammad Hanif Joviansyah et al., "Analisis Sentimen Dan Jaringan Komentar Video Youtube Najwa Shihab 'Piala Dunia U-20 Gagal Digelar Di Indonesia. Mari Lihat Dari Dua Perspektif,'" *Jurnal Komunikasi dan Media* 4, no. 1 (2023): 1–14.

Silfester Emosi Hingga Keluar Kata Kasar”. Tayangan ini dianalisis dari segi respon publik yang terekam melalui komentar di platform YouTube. Sentimen yang dimaksud dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu sentimen positif, negatif, dan netral, yang dianalisis menggunakan perangkat lunak *MAXQDA*. Aplikasi *MAXQDA* dalam konteks ini berfungsi sebagai alat bantu dalam melakukan *coding*, *categorizing*, dan *visualizing* data kualitatif berupa komentar, untuk mempermudah peneliti dalam memahami pola-pola sentimen yang muncul.

