

UJARAN KEBENCIAN DALAM PERCAKAPAN DIGITAL: STUDI NETNOGRAFI PADA AKUN X GIBRAN RAKABUMING

Desi Fitri Rahayu ^{1,*}; Tika Mutia ²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau

*Correspondence : desyf7031@gmail.com

ABSTRAK

Ujaran kebencian di media sosial dapat muncul berulang melalui interaksi antarpengguna. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk, pola, dan konteks ujaran kebencian dalam percakapan pada akun X @gibran_tweet. Dengan pendekatan kualitatif dan metode netnografi, penelitian menganalisis 900 komentar hasil pembersihan dari 1.400 komentar yang dikumpulkan pada 1 Mei–28 Juli 2024. Analisis dilakukan melalui pembacaan kontekstual netnografis, didukung frekuensi kata, *Latent Dirichlet Allocation* (LDA), *clustering*, visualisasi t-SNE, dan analisis deskriptif keterlibatan pengguna. Hasil menunjukkan empat bentuk ujaran kebencian, yaitu serangan emosional umum, penghinaan berbasis disabilitas, penghinaan terhadap kapasitas intelektual atau psikologis, serta serangan hibrida terkait identitas dan posisi politik. LDA mengidentifikasi lima kelompok topik, sedangkan *clustering* memperlihatkan pola percakapan dari pertukaran informasi ringan hingga kritik politik dan ekspresi emosional. Keterlibatan pengguna berbeda antarkelompok percakapan. Penelitian menyimpulkan bahwa ujaran kebencian bukan sekadar ekspresi individual, melainkan dapat direproduksi dan diperkuat melalui interaksi pengguna. Penggabungan netnografi dan analisis digital eksploratif memperluas pemahaman mengenai pola serta konteks reproduksinya.

Kata kunci

Akun X @gibran_tweet, Netnografi, Ujaran Kebencian

ABSTRACT

Hate speech on social media is a recurring feature of digital interaction. This study examines the forms, patterns, and contexts of hate speech in conversations on the X account @gibran_tweet. Using a qualitative netnographic approach, it analyzed 900 comments retained after cleaning an initial dataset of 1,400 comments posted between May 1 and July 28, 2024. Contextual netnographic interpretation was supported by word-frequency analysis, Latent Dirichlet Allocation (LDA), clustering, t-SNE visualization, and descriptive user-engagement analysis. Findings reveal recurring forms of hate speech, including general emotional attacks, disability-based insults, derogatory remarks about intellectual or psychological capacity, and hybrid attacks involving identity and political position. LDA identified five topic groups, while clustering revealed patterns ranging from casual information exchange to political criticism and emotional expression. Engagement varied across conversation clusters. These findings suggest that hate speech is not merely individual expression but is repeatedly reproduced and reinforced through user interactions. Combining netnography with exploratory digital analysis provides a fuller understanding of its patterns and contexts.

Keywords

Hate Speech, Netnography, X Account @gibran_tweet

Pendahuluan

Ujaran kebencian kini marak terjadi di ranah digital, terutama di media sosial. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menjadikan media sosial sebagai ruang publik tempat masyarakat bebas mengekspresikan pendapat. Namun, kebebasan ini sering kali tidak dibarengi dengan tanggung jawab, sehingga dimanfaatkan untuk menyampaikan ujaran bernada kebencian terhadap individu maupun kelompok tertentu (Nagari & Abadi, 2024). Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran cara masyarakat berinteraksi di era digital, dari komunikasi dialogis menjadi komunikasi destruktif. Terdapat ketimpangan antara kebebasan berekspresi dengan kesadaran etis dalam berkomunikasi di media sosial. Banyak pengguna masih belum mampu membedakan antara kritik yang membangun dengan ujaran yang bersifat menyerang atau merendahkan. Kebiasaan melakukan ujaran kebencian menjadi meluas ketika masyarakat memiliki tingkat heterogenitas yang tinggi, yang mengakibatkan kepentingan para anggotanya saling berbenturan. Kondisi ini akan memicu pertikaian dan prasangka antar anggota kelompok. Mereka akan saling mengamati bentuk fisik, kebiasaan, tindakan, dan keyakinan masing-masing yang akan dijadikan bahan gunjingan, dan penghinaan kepada kelompok lain (Of & Geographical, 2021). Ujaran kebencian merupakan perilaku kriminal yang termasuk dalam wilayah KUHP dan peraturan pidana lainnya yang melibatkan tindakan seperti: Memprovokasi, Menghasut, Penistaan, Menyebarkan berita bohong, Penghinaan, Pencemaran nama baik, dan Perbuatan tidak menyenangkan (X et al., 2023).

Hate speech sebagai komunikasi yang menyerang atau menggunakan bahasa pejoratif maupun diskriminatif terhadap seseorang atau kelompok berdasarkan identitas atau karakteristik tertentu, seperti agama, etnis, kebangsaan, ras, *gender*, atau identitas lainnya. Dengan demikian, tidak setiap ungkapan kasar atau penghinaan dapat langsung dikategorikan sebagai *hate speech*. Davidson et al. (2013) menunjukkan bahwa *offensive language* memiliki cakupan yang lebih luas, mencakup penggunaan bahasa kasar atau menyerang, sementara itu *Offensive language* adalah penggunaan kata, frasa, atau ungkapan yang bersifat kasar, vulgar, menghina, atau merendahkan seseorang atau pihak tertentu, tetapi tidak selalu didasarkan pada identitas atau karakteristik kelompok tertentu. Perbedaan mendasar keduanya terletak pada konsep dasar, *hate speech* dipahami sebagai komentar yang mengandung serangan, perendahan, atau diskriminasi terhadap sasaran tertentu berdasarkan identitas atau karakteristik tertentu, yang maknanya dapat ditentukan melalui konteks keseluruhan komentar. Sementara itu, *offensive speech* atau *offensive language* merujuk pada penggunaan bahasa kasar, vulgar, agresif, atau menyinggung yang dapat menyerang seseorang, tetapi tidak dengan sendirinya memenuhi karakteristik *hate speech*. Ujaran kebencian menjadi penting dikaji bukan hanya karena mengandung bahasa yang merendahkan, tetapi karena kemunculannya berlangsung dalam proses komunikasi yang melibatkan produksi pesan, respons pengguna, dan pengulangan pesan. Dengan demikian, ujaran kebencian dalam media sosial perlu dipahami sebagai bagian dari dinamika komunikasi digital, bukan semata-mata sebagai kumpulan kata atau ungkapan negatif. Platform X memiliki karakteristik komunikasi yang relevan untuk mengkaji proses tersebut karena menyediakan ruang bagi pengguna untuk memberikan respons terhadap unggahan melalui komentar, balasan, tanda suka, kutipan, dan bentuk keterlibatan lainnya. Karakteristik tersebut memungkinkan sebuah pesan memperoleh respons dan muncul kembali dalam percakapan yang sama. Oleh karena itu, kolom komentar dapat dipahami

sebagai ruang interaksi tempat makna, sikap, dan ekspresi pengguna terbentuk melalui hubungan antarpesan. Dalam konteks ujaran kebencian, kondisi ini menjadi penting karena suatu ungkapan tidak selalu berdiri sendiri, melainkan dapat muncul secara berulang dan memperoleh penguatan melalui respons pengguna lain.

Dalam studi ini, peneliti berupaya mengidentifikasi dan menganalisis komentar yang mengarah pada ujaran kebencian di jejaring sosial X. Pada tahun 2023, *Twitter.com* muncul sebagai salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi secara global, menarik 2,3 miliar pengunjung (Kemp, 2023). Jejaring sosial ini, yang telah mengalami banyak perubahan nama, logo, dan kepemilikan sejak tahun tersebut, menonjol tidak hanya karena basis penggunanya yang besar namun juga karena strukturnya, yang memungkinkan interaksi publik dan instan. Fitur ini memfasilitasi viralitas pesan dan penyebaran wacana di antara pengguna, bahkan mereka yang tidak saling kenal secara pribadi. Selain itu, X atau (twitter sebelumnya) telah menarik perhatian signifikan dari berbagai media, seperti BBC (Wendling, 2023) dan *New York Times* (Frenkel, S., & Conger, 2022) yang telah menggarisbawahi meningkatnya pengawasan terhadap platform tersebut sebagai media yang memfasilitasi penyebaran ujaran kebencian. Dalam konteks ini, para akademisi seperti Davey, (2023) telah mengamati bahwa sejak Oktober 2022, ketika Elon Musk mengakuisisi Twitter, telah terjadi peningkatan rata-rata mingguan sebesar 106% dalam ujaran kebencian antisemit dalam bahasa Inggris, dengan 325.739 tweet teridentifikasi selama periode sembilan bulan. Demikian pula, Amores et al., (2021) menunjukkan bahwa disarankan untuk menganalisis penyebaran ujaran kebencian pada X, karena mereka menganggap bahwa peningkatannya mungkin terkait dengan peningkatan kejahatan kebencian (Matarín & Franco, 2025)

Salah satu akun X yang banyak mendapatkan ujaran kebencian dalam kolom komentarnya ialah seorang pejabat publik yang kontroversial yaitu Gibran Rakabuming. Gibran Rakabuming Raka, sebagai figur publik yang merupakan putra Presiden Joko Widodo dan wakil presiden terpilih 2024, menjadi sorotan yang menarik perhatian peneliti terkait dengan fenomena ujaran kebencian di media sosial, khususnya pada kolom komentar akun X pribadinya, Gibran salah satu tokoh pemerintahan yang kebijakannya kerap kali di serang kritik dan ujaran kebencian. Akun X Gibran Rakabuming atau @gibran_tweet bergabung pada februari 2021 dan memiliki jutaan pengikut, menjadi wadah interaksi yang intens antara Gibran dan masyarakat. Penelitian ini mengenai ujaran kebencian di akun X Gibran Rakabuming bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk ujaran kebencian yang berkembang dalam interaksi di media sosial. Gibran membuka akun media sosial pribadi karena sebelumnya anti media sosial (Tempo.co, n.d.). Ujaran kebencian (*hate speech*) didefinisikan sebagai komentar pengguna pada akun X yang mengandung serangan, penghinaan, atau perendahan yang diarahkan kepada sasaran tertentu, baik terhadap individu maupun identitas atau kelompok yang terkait dengan sasaran tersebut, dan maknanya dapat dibuktikan melalui konteks keseluruhan komentar. Konsep ini kemudian di operasionalkan dalam bentuk 1) memiliki sasaran ujaran yang dapat diidentifikasi; (2) mengandung bentuk serangan, penghinaan, atau perendahan; (3) bentuk serangan tersebut dapat ditempatkan ke dalam kategori ujaran kebencian yang digunakan dalam penelitian; dan (4) makna serangan sesuai dengan konteks keseluruhan komentar atau percakapan.

Dalam penelitian ini, akun X @gibran_tweet dipilih bukan semata-mata berdasarkan popularitas pemilik akun, tetapi karena karakteristik komunikasi yang terdapat pada percakapan di dalamnya relevan dengan fokus penelitian. Akun tersebut

merupakan ruang komunikasi publik yang berkaitan dengan figur politik. Data awal menunjukkan adanya 1.400 komentar yang dikumpulkan selama 1 Mei–28 Juli 2024, yang kemudian melalui proses cleansing menjadi 900 komentar sebagai data final penelitian. Jumlah dan keberagaman komentar tersebut memberikan ruang empiris untuk mengamati pola bahasa, tema percakapan, serta bentuk interaksi yang muncul dalam komunikasi digital dan menghasilkan percakapan yang memuat respons pengguna terhadap isu-isu yang dikaji dalam penelitian. Akun ini menjadi sarana untuk menampilkan keunikan dan ciri khas dirinya, sekaligus mendekatkan diri dengan masyarakat sebagai pemimpin yang modern. Postingan di akun X @gibran_tweet menampilkan aktivitas Gibran sebagai wakil presiden terpilih dan kegiatan pribadi (Rosya, 2024). Namun, popularitas dan keterlibatan aktif Gibran di media sosial juga membawa dampak negatif, salah satunya adalah maraknya ujaran kebencian pada kolom komentar akunnya. Ujaran kebencian tersebut meliputi penghinaan dengan kata-kata kasar dan vulgar, pencemaran nama baik, serta provokasi.

Penelitian yang dilakukan Nagari & Abadi, (2024) melalui penelitian kualitatif terkait ujaran kebencian terhadap presiden Jokowi, selanjutnya penelitian yang dilakukan Bajari 2022 melalui penelitian etnografi terkait ujaran kebencian yang berkembang di Facebook didominasi oleh kata-kata dan frasa yang digunakan untuk merendahkan lawan politik, memperkuat stereotip negatif, serta memicu polarisasi di masyarakat, selanjutnya penelitian netnografi yang dilakukan oleh Fermina et al., (2020) terkait ujaran kebencian di media sosial (studi netnografi di akun Instagram @prof.tjokhowie), khususnya dalam akun Instagram @prof.tjokhowie. Penelitian yang dilakukan oleh Putri et al., (2024) terkait analisis bentuk ujaran kebencian yang ditujukan kepada pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo-Gibran dalam kolom komentar Instagram menggunakan metode deskriptif kualitatif. dan terakhir penelitian Aliyah et al., (2024) terkait ujaran kebencian terhadap artis Lestya Kejora dengan pendekatan kualitatif dan teori tindak tutur ilokusi dari Searle, penelitian ini menganalisis 15 data ujaran kebencian yang diklasifikasikan dalam lima jenis tindakan tutur, yaitu ekspresif, representatif, deklaratif, direktif, dan asertif. Meskipun penelitian mengenai ujaran kebencian di media sosial telah berkembang, penelitian sebelumnya cenderung menempatkan ujaran kebencian sebagai bentuk bahasa negatif yang diidentifikasi berdasarkan jenis atau kategori ujaran, sementara keterkaitan antara pola bahasa, konteks percakapan, dan dinamika interaksi pengguna dalam suatu ruang komunikasi digital tertentu belum banyak dijelaskan secara terpadu.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk ujaran kebencian yang berkembang dalam interaksi netizen di kolom komentar akun X Gibran Rakabuming. Studi ini juga didasarkan pada teori netnografi untuk memahami dinamika komunikasi daring serta teori ujaran kebencian guna mengidentifikasi karakteristik dan bentuk dari ujaran kebencian yang muncul, tetapi juga bagaimana pola dan konteks komunikasi tersebut terbentuk dalam percakapan digital (Of & Geographical, 2021). Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana ujaran kebencian terbentuk, berkembang, serta implikasinya terhadap wacana publik di media sosial.

Metode

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian netnografi. Netnografi, menurut Kozinets, merupakan metode penelitian

yang mengadaptasi teknik etnografi untuk menganalisis komunitas dan budaya *online* melalui interaksi yang terjadi di dunia digital (T.mutia, Suminar et al., 2025). Dalam prosesnya, netnografi mengandalkan observasi-partisipasi yang dilakukan melalui perangkat teknologi seperti komputer, *smartphone*, serta berbagai *platform* media sosial dan internet lainnya (Gatut Priyowidodo, 2019). Netnografi memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang dinamika sosial di media sosial, forum, atau *platform* digital lainnya dengan memperhatikan bagaimana bahasa digunakan, bagaimana norma sosial berkembang, dan bagaimana makna terbentuk dalam komunikasi daring.

Dalam penelitian ini, data digital tidak hanya dipahami sebagai kumpulan teks, tetapi sebagai bagian dari praktik komunikasi dan budaya pengguna media sosial. Oleh karena itu, analisis komputasional yang digunakan dalam penelitian ditempatkan sebagai perangkat bantu untuk memetakan pola dalam data, sedangkan interpretasi terhadap makna, konteks, bentuk ujaran kebencian, dan dinamika interaksi tetap dilakukan secara kualitatif. Penelitian ini menggunakan tahapan Netnografi menurut Kozinets (2020), ada 6 tahapan netnografi menurut Kozinets (2020) yaitu: (Eriyanto, 2021). (1) Inisiasi. Pada tahap inisiasi, peneliti merumuskan masalah yang muncul selama proses penelitian. Penelitian netnografi dimulai dari menentukan tujuan dan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, masalah yang dirumuskan adalah bagaimana bentuk ujaran kebencian terjadi yang terdapat di kolom komentar akun X Gibran Rakabuming. proses identifikasi dilakukan menggunakan *coding guideline* yang disusun berdasarkan definisi ujaran kebencian yang digunakan dalam penelitian. Unggahan yang dipilih adalah unggahan yang memiliki jumlah komentar yang relatif tinggi dan mengandung percakapan yang relevan dengan fokus penelitian. (2) Investigasi. Netnografi pada tahap ini, Peneliti mengumpulkan data berupa komentar dari kolom komentar postingan akun @gibran_tweet. Proses investigasi melibatkan seleksi komentar berdasarkan relevansinya dengan tema penelitian. Data awal yang terkumpul berjumlah 1.400 komentar. Selanjutnya dilakukan proses pembersihan data (*data cleansing*) untuk menghilangkan data yang tidak relevan, duplikasi, dan elemen yang tidak diperlukan dalam analisis teks sehingga diperoleh 900 komentar yang menjadi fokus utama. Setiap data komentar dicatat berdasarkan isi atau teks komentar, nama akun pengguna, tanggal dan waktu komentar, serta metrik keterlibatan (*engagement*) yang meliputi *favorite/like count*, *reply count*, *retweet count*, dan *quote count*. (3) Interaksi. Dalam hal ini melihat keterlibatan emosional untuk memahami budaya pengguna media sosial. Hal ini bisa dilihat dengan mengamati komentar dan respons pengguna dalam konteks yang diteliti, peneliti berusaha memahami apakah mereka terpengaruh oleh suasana dan narasi yang disajikan. Peneliti mencoba menempatkan dirinya dalam posisi pengguna atau komunitas yang diamati, mengalami emosi seperti antusiasme, ketidaksetujuan, atau dukungan, sehingga dapat memahami perasaan serta perspektif yang muncul dalam interaksi yang terjadi pada media sosial yang menjadi objek penelitian. (4) Imersi. Dalam penelitian ini, peneliti akan aktif mengumpulkan komentar pada postingan yang telah dipilih di akun X @gibran_tweet. Untuk mencatat pengalaman tersebut, peneliti menggunakan metode catatan imersi (*immersion journal*). Peneliti melakukan pengamatan terhadap konteks percakapan, hubungan antarkomentar, respons pengguna, serta pola komunikasi yang muncul dalam ruang digital tersebut. Peneliti juga membuat catatan imersi untuk merekam konteks, pola bahasa, respons pengguna, serta refleksi selama proses pengamatan. (5) Integrasi.

Tahap integrasi dilakukan dengan menghubungkan hasil pemetaan komputasional dengan pembacaan kualitatif dan catatan imersi peneliti. Dengan demikian, frekuensi kata, LDA, clustering, t-SNE, *engagement*, dan distribusi waktu berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat interpretasi netnografis. (6) Inkarnasi. Dilakukan dengan menyajikan hasil penelitian dalam bentuk artikel ilmiah dengan mengintegrasikan temuan digital, interpretasi kontekstual, dan perspektif *Social Information Processing* (SIP). Untuk menjaga kredibilitas interpretasi, hasil analisis komputasional tidak langsung diposisikan sebagai makna final, setiap pola diperiksa kembali dengan komputer untuk kemudian di analisis yang dapat membantu peneliti mengelola dan menemukan pola dalam data yang berjumlah besar.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan mengintegrasikan analisis komputasional dan interpretasi kualitatif netnografis. Analisis komputasional digunakan sebagai perangkat bantu untuk mengidentifikasi pola bahasa, tema percakapan, kemiripan komentar, distribusi waktu, dan tingkat keterlibatan pengguna, sedangkan penafsiran terhadap makna, konteks, dan bentuk ujaran kebencian tetap dilakukan melalui pembacaan kontekstual terhadap komentar asli dan catatan imersi peneliti. Pendekatan ini digunakan karena data penelitian berupa komentar digital tidak hanya dipahami sebagai kumpulan teks, tetapi sebagai bagian dari praktik komunikasi dan interaksi pengguna. Dalam penelitian ini, sebanyak 1.400 komentar dikumpulkan sebagai data awal dan setelah proses *data cleansing* diperoleh 900 komentar sebagai data final. Proses dimulai dari *preprocessing* atau pembersihan data untuk memastikan bahwa korpus teks yang dianalisis memiliki format yang seragam dan relevan dengan tujuan penelitian. Langkah kedua analisis frekuensi digunakan untuk menghitung jumlah kemunculan kata dalam korpus komentar yang telah melalui proses *preprocessing*. Langkah ketiga dilakukan pemodelan topik dilakukan menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) untuk mengidentifikasi struktur topik laten berdasarkan pola kemunculan bersama (*co-occurrence*) kata dalam korpus komentar. Langkah ke empat Hasil LDA kemudian diinterpretasikan dengan melihat kata-kata dominan pada setiap topik dan membandingkannya dengan komentar asli serta catatan imersi peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 1.400 komentar menjadi 900 komentar setelah di lakukan data cleansing di unggahan akun @gibran_tweet selama periode mei hingga juli 2024, ditemukan sepuluh akun yang secara konsisten memberikan komentar bernada negative dan mengandung ujaran kebencian juga ditemukan kata- kata yang sering muncul di komentar akun @gibran-tweet, Topik, Rata-rata *statistic engagement* per cluster, 15 kata kebencian yang paling sering muncul, dan jumlah tweet berisi ujaran kebencian per jam dan per hari.

Gambar 1. Sepuluh Akun Komentar Terbanyak



Sumber : Hasil analisis data (2025)

Visualisasi ini menampilkan daftar sepuluh akun X yang paling aktif memberikan komentar pada unggahan milik Gibran Rakabuming (@gibran_tweet) selama periode pengamatan. Temuan ini sangat penting karena menunjukkan adanya bentuk ataupun pola keterlibatan yang tidak biasa dan frekuensi komentar tinggi, terutama pada unggahan yang memuat konten politik atau bersifat kontroversial.

Gambar 2. Komentar Salah Satu Top 10 Akun Komentar Terbanyak



Sumber: Kolom komentar akun X @gibran_tweet

Sebagian besar akun dalam daftar ini tidak menggunakan identitas asli, yang di tunjukan dari nama pengguna yang bersifat anonim atau satir, tidak ada foto profil yang jelas, serta minimnya informasi pribadi pada biodata mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa para pengguna tersebut berupaya untuk menjaga anonimitas, secara sosiologis sering kali menjadi faktor pendorong utama meningkatnya keberanian pengguna dalam menyampaikan ujaran kebencian secara vulgar.

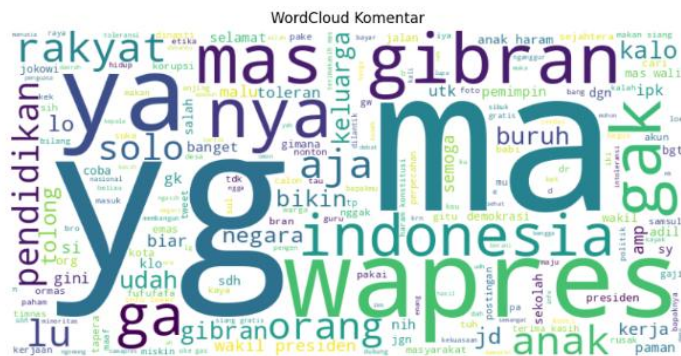
Dari segi aktivitas, akun-akun ini rata-rata meninggalkan lebih dari satu komentar dalam satu unggahan, dengan fokus utama menyerang Gibran secara personal dan politik. Komentar yang mereka tinggalkan sering kali bersifat *repetitive*, mengandung diksi yang menyerang kehormatan pribadi, serta memanfaatkan isu-isu sensitive seperti nepotisme, manipulasi hukum, dan kelayakan jabatan. Salah satunya komentar seperti “boneka istana”, “bikin malu demokrasi” dan “anak haram” ditemukan secara berulang dari akun-akun ini di berbagai unggahan berbeda. Hal ini menunjukkan adanya

kemungkinan intensitas ujaran kebencian yang terkoordinasi atau setidaknya dilakukan oleh sekelompok individu yang memiliki narasi dan tujuan yang seragam.

Beberapa akun bahkan terpantau saling menyukai dan membalas komentar satu sama lain, menciptakan efek resonansi sosial digital, yaitu Ketika komentar kebencian menjadi semakin valid dan menular didukung oleh sekelompok yang homogen. Interaksi semacam ini mendorong viralitas ujaran kebencian karena didorong oleh algoritma platform X, di mana komentar yang banyak disukai dan dibalas akan lebih terlihat oleh pengguna lain.

Keberadaan akun-akun dengan Tingkat komentar tinggi dan narasi kebencian konsisten ini menandakan adanya bentuk mobilisasi opini negative digital, yang dalam beberapa kasus bisa berkembang menjadi serangan terarah terhadap figure publik. Bahkan jika tidak terorganisir secara formal, fenomena ini menunjukkan adanya bentuk komunikasi kolektif yang bersifat toksik (Role et al., 2024). Akun-akun ini seperti pemain utama dalam menghidupkan atmosfer kebencian, memperkuat persepsi negatif terhadap tokoh publik, dan membentuk opini publik secara emosional alih-alih rasional. Dari perspektif netnografi, temuan ini sangat penting karena menunjukkan bahwa budaya digital tidak terbentuk secara pasif, melainkan diisi oleh aktor-aktor yang aktif menciptakan dan mempertahankan arus narasi tertentu (Kozinets, 2010). Kata-kata yang sering muncul di kolom komentar akun x @gibran_tweet

Gambar 3. Word Cloud komentar netizen terhadap Gibran



Sumber : Hasil Analisis Data (2025)

Hasil analisis frekuensi menunjukkan bahwa terdapat sejumlah kata yang dominan dalam komentar netizen terhadap unggahan akun X milik Gibran. Kata-kata seperti “nepotisme”, “fufufafa”, “anak haram”, dan “pemb bohong” muncul secara berulang dalam berbagai unggahan, yang mencerminkan bentuk ujaran yang bersifat sistematis dan sarat dengan muatan emosional. Kemunculan kata-kata tersebut tidak hanya merefleksikan opini publik yang cenderung kritis terhadap figure Gibran, tetapi juga mengindikasikan adanya kecenderungan warganet dalam membentuk *framing* negatif melalui pilihan diksi yang meyerang secara personal maupun politis. Penggunaan kata-kata dengan konotasi negatif ini menunjukkan Upaya netizen dalam membangun narasi tertentu yang tidak hanya bersifat evaluatif, tetapi juga persuasif, sehingga berpotensi membentuk opini publik secara luas. Visualisasi tersebut menunjukkan bahwa percakapan tidak hanya berisi penyebutan terhadap figur yang menjadi objek penelitian, tetapi juga memuat istilah yang berkaitan dengan persoalan politik dan sosial. Temuan

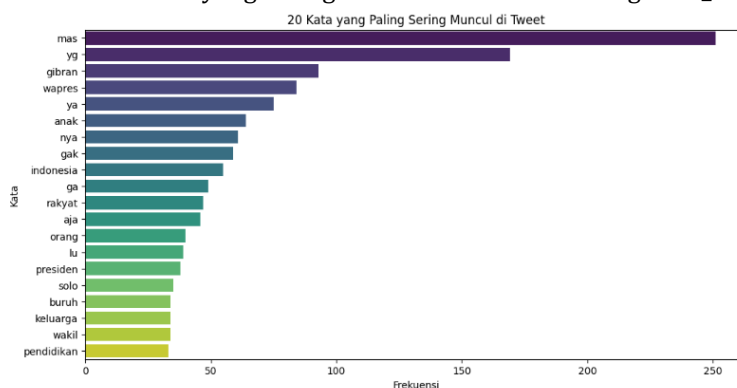
Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : [http://dx.doi.org/ 10.52423/jikuho.v11i4.2168](http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v11i4.2168)

ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam kolom komentar berlangsung dalam konteks isu yang lebih luas, sehingga ujaran negatif tidak dapat dilepaskan dari topik yang sedang dibicarakan. Dalam perspektif SIP, pengguna memanfaatkan pesan tekstual sebagai sarana untuk menyampaikan interpretasi dan sikap terhadap informasi yang diterima. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Chkheidze (2022) yang menunjukkan bahwa analisis linguistik terhadap media sosial dapat digunakan untuk melihat pola penggunaan bahasa dalam komunikasi yang mengandung ujaran negatif. Namun, penelitian ini memberikan tambahan dengan tidak berhenti pada identifikasi kata, melainkan menghubungkan pola kata dengan konteks komentar dan hasil kategorisasi hate speech. Dalam konteks ini, dapat disimpulkan bahwa Bahasa yang digunakan dalam komentar-komentar tersebut bukan semata-mata ekspresi spontan, melainkan bagian dari konstruksi makna yang memperkuat citra negatif terhadap tokoh yang dibicarakan (Chkheidze, 2022).

20 kata yang paling sering muncul

Gambar 4. 20 Kata yang Sering Muncul di Tweet Akun @gibran_tweet



Sumber: Hasil analisis data (2025)

Setelah mengetahui berbagai kata yang muncul di kolom komentar peneliti melakukan tahap *modelling* menggunakan LDA (*Latent Dirichlet Allocation*) untuk menemukan topik- topik yang tersembunyi dalam kumpulan teks. Setiap tweet akan dikaitkan dengan topik tertentu dan mengelompokkan kata-kata yang sering muncul Bersama dalam suatu topik. Dari visualisasi di atas memperluas analisis kata yang sering muncul dengan menampilkan dua puluh kata paling populer di antara ribuan tweet yang di teliti. Selain kata-kata seperti ‘nepotisme”, “wapres”, ‘MK”. Hal ini mengindikasikan bahwa ujaran kebencian tidak hanya diarahkan pada Gibran secara personal, tetapi juga melibatkan Lembaga negara, aktor politik lainnya, serta fenomena sosial yang lebih luas. Dengan kata lain, ujaran kebencian ini berkaitan dengan dinamika politik nasional.

Hasil analisis frekuensi terhadap komentar pada akun X @gibran_tweet menunjukkan adanya sejumlah kata yang muncul dengan frekuensi tinggi. Namun, tidak seluruh kata yang berada dalam daftar 20 kata terpopuler dapat dikategorikan sebagai penanda ujaran kebencian. Kata seperti “yg”, “mas”, dan “Gibran” lebih tepat dipahami sebagai kata umum, bentuk sapaan, dan penanda referensial terhadap figur yang menjadi pusat percakapan. Secara analitis, keberadaan kata “Gibran” tetap memiliki relevansi karena menunjukkan bahwa sebagian besar percakapan secara eksplisit merujuk pada figur yang menjadi objek pembahasan. Dengan demikian, frekuensi kata

berfungsi sebagai pemetaan awal terhadap pola bahasa, sedangkan penetapan hate speech tetap didasarkan pada makna keseluruhan komentar, sasaran ujaran, bentuk serangan atau perendahan, serta konteks penggunaannya.

Temuan tersebut sejalan dengan Chkheidze (2022) yang menunjukkan bahwa analisis linguistik terhadap media sosial dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola bahasa yang berkaitan dengan ujaran kebencian. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi kata saja tidak cukup untuk menentukan suatu komentar sebagai hate speech, karena kata yang sering muncul dapat memiliki fungsi komunikasi yang berbeda.

Tema

Gambar 4. Lima Topik Terhadap Komentar Netizen di Akun @gibran_tweet



Sumber : Hasil Analisis Data (2025)

Berdasarkan hasil analisis topik yang di lakukan terhadap komentar netizen di akun X @gibran_tweet, di temukan lima tema utama yang merepresentasikan isu-isu dominan dalam diskursus public terkait figur Gibran. Setiap topik mencerminkan ragam perhatian, aspirasi, hingga kritik Masyarakat yang terekspresikan melalui pilihan kata-kata tertentu. Temuan ini memperlihatkan bagaimana media sosial menjadi ruang artikulasi opini yang kuat, Dimana Masyarakat tidak hanya menyampaikan pandangan secara spontan, tetapi juga membentuk narasi yang merefleksikan situasi sosial, politik, dan ekonomi yang sedang berkembang. Adapun kelima tema tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tema 1: Isu Sosial dan Pemerataan Kesejahteraan

Tema ini memperlihatkan kuatnya aspirasi Masyarakat terhadap keadilan sosial dan kesejahteraan. Kata-kata seperti rakyat, Sejahtera, dan tolong mencerminkan harapan Masyarakat kepada pemerintah agar lebih memperhatikan kebutuhan dasar, seperti pekerjaan, pendidikan, dan pemerataan program seperti Tapera. Munculnya kata anak dan Indonesia mengindikasikan perhatian terhadap generasi muda dan masa depan bangsa

Tema 2: Lapangan Kerja dan Toleransi Sosial

Tema ini menyoroti pentingnya lapangan kerja (loker) serta dorongan untuk menjaga kerukunan sosia. Istilah seperti toleran, gratis, dan makan menandakan keresahan terhadap ekonomi rumah tangga serta pentingnya rasa saling menghargai di tengah keragaman. Sentiment ini mengarah pada pentingnya peran negara dalam menciptakan iklim kerja yang inklusif dan adil.

Tema 3: Kritik terhadap Kepemimpinan dan Pendidikan

Banyak komentar dalam tema ini mengandung unsur sindiran dan kritik terhadap tokoh publik, termasuk soal kapabilitas dan kebijakan Pendidikan. Kata seperti wapres,

Pendidikan, dan negara menunjukkan diskursus yang cukup serius, meskipun dibalut dengan humor sarkastik seperti fufufafa dan lo.

Tema 4: Persepsi Personal terhadap Gibran

Gibran sebagai figur politik banyak disebut secara langsung, dengan sentiment yang beragam. Nama Solo dan wali menunjukkan bahwa peran dan kinerja Gibran sebagai walikota menjadi bahan evaluasi netizen. Istilah seperti terimakasih, dinasti, dan posting menandakan munculnya narasi apresiatif maupun kritis terhadap latar belakang dan gaya komunikasinya.

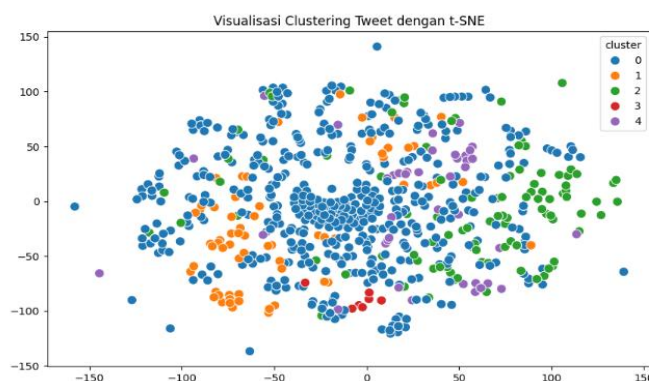
Tema 5: Kepemimpinan, Etika Politik, dan Isu Buruh

Tema ini memuat diskusi seputar wakil presiden, presiden, dan buruh. Terdapat pula kritik terhadap etika politik dan nepotisme, yang tergambar melalui kata keluarga, konstitusi, dan haram. Sentiment ini memperlihatkan kekhawatiran Masyarakat terhadap integritas Pemimpin dan keadilan dalam sistem politik Indonesia.

Keberadaan lima topik tersebut menunjukkan bahwa komentar yang mengandung bahasa negatif muncul dalam berbagai konteks pembicaraan dan tidak berdiri sebagai fenomena bahasa yang terpisah dari isu sosial-politik. Artinya, bentuk komunikasi negatif dalam komentar berkaitan dengan cara pengguna memahami dan merespons isu yang menjadi perhatian mereka. Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui SIP karena pengguna dalam komunikasi bermedia komputer menggunakan informasi tekstual yang tersedia untuk menginterpretasikan isu dan menyampaikan respons melalui pesan tertulis. Dengan demikian, LDA memiliki kontribusi yang lebih substantif dibandingkan sekadar visualisasi kata karena membantu penelitian menjelaskan konteks atau tema pembicaraan yang melatarbelakangi munculnya komentar.

Rata-rata *engagement* per-cluster

Gambar 4. Visualisasi Clustering Tweet dengan t-SNE



Sumber: Hasil Analisis Data (2025)

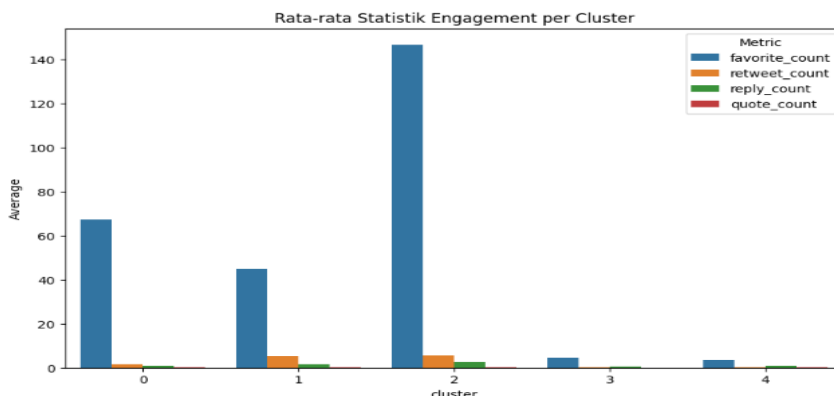
Selain analisis tema, dilakukan pula proses clustering terhadap tweet yang di komentarkan netizen guna mengelompokkan cuitan-cuitan yang memiliki kemiripan dalam struktur, isi, maupun nada penyampainnya. Proses clustering ini menghasilkan lima kelompok utama yang masing-masing merepresentasikan karakteristik komunikasi publik yang beragam, mulai dari komentar netral hingga kritik tajam dengan gaya satir. Setiap cluster mencerminkan bentuk interaksi digital yang khas dan menunjukkan bagaimana netizen menanggapi figur politik serta isu-isu sosial-politik yang berkembang. Berikut adalah hasil analisis dan interpretas terhadap masing-masing cluster: Cluster 0 = netral, Cluster 1 = kritik politik, Cluster 2 = ekspresi emosi, Cluster 3 = santai/satir,

Cluster 4 = kritik calon wapres. Kesimpulan: tweet-tweet ini berisi komentar ringan atau observasi umum, Sebagian netral, Sebagian mempertanyakan eksistensi atau konten sosmed tokoh. Topik agak scattered, namun cenderung tidak terlalu emosional. Cluster 1 (Kritik dan Isu Politik contoh Tweet): “banyak yg demo uu cipta kerja tolong direspon”, “ok gas bln juli kebetul pindah istana”, “belimbing sayur keluarga cemara dinasti”. Kesimpulan: ini adalah cluster dengan muatan kritik sosial yang tinggi. Banyak komentar tentang kebijakan pemerintah, kenaikan harga, uu cipta kerja. Cluster ini cukup intens secara emosional dan menggambarkan ketidakpuasan public. Cluster 2 (Tweet pendek dan ekspresi emosi contoh tweet): “ya”, “gak tidur nyenyak”, “datar banget emotnya”. Kesimpulan: berisi tweet-tweet pendek, ekspresi emosional spontan, atau reaksi personal. Cluster ini bisa disebut sebagai “reaksi spontan” atau “personal vibes”. Cluster 3 (Mas Gibran dan Gaya Santai atau satir contoh tweet): “mas Gibran ndak isa nemu buku best seller ya”, “emot batu mas gib”, “info loker mas”. Kesimpulan: cenderung bercanda, satir, atau mengarah ke panggilan akrab “mas”. Cluster ini fokus pada tokoh Gibran dengan gaya ringan dan sarkastik. Cluster 4 (kritik terhadap calon wapres contoh tweet): “Kocak banget wapres gua”, “kapasitas calon wapres gini ya”, “pa wapres blom tidur”. Kesimpulan: cluster ini menyoroti isu kapabilitas calon wapres, dengan nada yang sarkastik atau menertawakan. Cukup tajam tapi di kemas dalam format candaan.

Visualisasi hasil clustering menggunakan Teknik t-SNE diatas menggambarkan pengelompokan lima cluster utama dari Kumpulan tweet yang dianalisis. Masing-masing cluster menunjukkan karakteristik komunikasi netizen yang berbeda-beda, mulai dari netral hingga bernuansa kritik tajam dan satir. Cluster 0 yang ditandai dengan warna biru merupakan kelompok terbesar dan paling dominan, yang berisi komentar netral dan informasi ringan seputar tokoh publik, tanpa muatan emosi tinggi. Cluster ini tersebar luas dan tidak terkonsentrasi, mencerminkan keberagaman konten yang tidak terlalu emosional. Sementara itu cluster 1 (warna oranye) menampilkan konsentrasi tweet yang mengandung kritik sosial dan politik dengan intensitas emosi yang cukup tinggi. Isu-isu seperti uu cipta kerja, kenaikan harga, ketidakpuasan terhadap kebijakan pemerintah mendominasi kelompok ini.

Cluster 2 (warna hijau) mencakup tweet-tweet pendek dan ekspresi emosional spontan, seperti reaksi satu kata atau penggunaan emotikon. Kelompok ini tersebar cukup merata, menunjukkan bahwa ekspresi spontan tersebar diberbagai topik tanpa fokus tertentu. Selanjutnya cluster 3 (warna merah) terlihat sebagai kelompok kecil namun jelas, yang mendominasi oleh gaya penyampaian Santai, bercanda, atau satir, khususnya terhadap Gibran. Cuitan dalam kelompok ini biasanya menggunakan sapaan “mas” dan menampilkan humor sarkastik. Terakhir, cluster 4 (warna ungu) terdiri dari komentar-komentar yang mengkritik calon wakil presiden, termasuk menyindir kapabilitas dan kehadiran figure tersebut. Meski jumlah tweet dalam cluster ini tidak sebesar cluster 0 dan 1, distribusinya cukup jelas dan mengindikasikan adanya perhatian publik terhadap isu kepemimpinan dengan gaya kritik yang dikemas dalam humor. Secara keseluruhan, visualisasi ini menunjukkan bahwa bentuk interaksi digital netizen sangat beragam, mulai dari komentar informatif hingga kritik emosional dan satir, yang masing-masing membentuk kelompok komunikasi yang khas dalam diskursus politik di media sosial.

Gambar 5. Rata-rata *Engagement* (*favorite, retweet, reply, dan quote* dari Setiap Kluster tweet)



Sumber: Hasil Analisis Data (2025)

Visualisasi pada gambar diatas memperlihatkan rata-rata statistik engagement untuk setiap cluster yang terbentuk dari hasil clustering tweet. Adapun metrik yang digunakan untuk mengukur Tingkat engagement mencakup empat komponen utama, yaitu *favorite count* (jumlah suka), *retweet count* (jumlah retweet), *reply count* (jumlah balasan), dan *quote count* (jumlah kutipan). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap jenis konten yang mewakili suatu cluster mampu menarik perhatian dan respons dari pengguna lain.

Berdasarkan grafik, cluster 2 menempati posisi tertinggi dalam hal favorite count dengan rata-rata lebih dari 140, jauh melampaui cluster lainnya. Ini menunjukkan bahwa *tweet-tweet* pendek dan ekspresif yang bersifat spontan atau emosional, seperti yang terkandung dalam cluster 2, memiliki daya tarik yang besar bagi pengguna twitter. Selain itu, cluster ini juga menampilkan angka *retweet* dan *reply* yang relatif tinggi, yang menandakan bahwa jenis konten dengan gaya penyampaian sederhana dan emosional memiliki potensi besar untuk dibagikan kembali serta memicu respon pengguna lain.

Sementara itu cluster 0 dan 1 juga menunjukkan Tingkat *engagement* cukup signifikan. Cluster 0 yang berisi komentar netral dan observasi ringan mencatat *favorite count* tertinggi kedua, mengindikasikan bahwa meskipun tidak bersifat kontroversial, konten netral tetap diminati oleh warganet. Disisi lain, cluster 1 yang berisi kritik terhadap isu sosial dan politik seperti uu cipta kerja atau kebijakan pemerintah cenderung memiliki angka *retweet* dan *reply* yang cukup tinggi. Hal ini memperkuat temuan bahwa konten yang bersifat kritis lebih memicu diskusi dan penyebarann dimedia sosial, meskipun tidak selalu mendapat banyak *likes*.

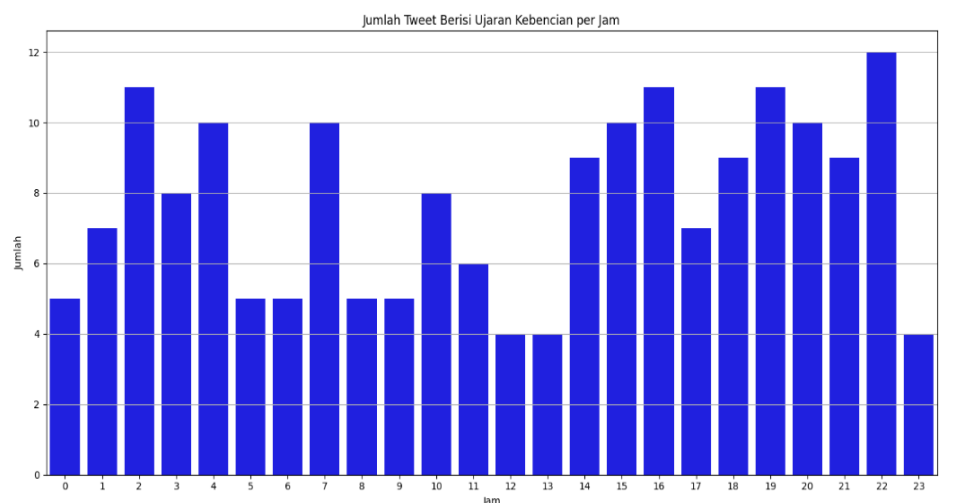
Sebaliknya, cluster 3 dan 4 menunjukkan Tingkat *engagement* yang relatif rendah dikeempat metrik yang dianalisis. Cluster 3 yang didominasi oleh gaya sarkastik dan bercanda, serta cluster 4 yang berisi kritik terhadap calon wakil presiden dengan nada satir kurang memperoleh perhatian luas. Hal ini dapat disebabkan oleh gaya penyampaian yang relevan di kalangan tertentu, atau karena sarkasme dan humor politik tidak selalu mudah dipahami oleh audiens yang lebih umum.

Secara keseluruhan temuan ini memperlihatkan bahwa gaya penyampaian dan karakteristik konten sangat memengaruhi Tingkat engagement di media sosial. Tweet yang bersifat spontan, emosional, dan sederhana justru cenderung lebih menarik minat publik, sementara konten satir atau terlalu serius belum tentu memperoleh respons yang tinggi, meskipun memiliki muatan pesan yang kritis. Temuan ini mendukung pandangan

bahwa konteks komunikasi digital, bentuk, dan gaya pesan memegang peranan penting dalam menjangkau dan memengaruhi audiens.

Jumlah tweet berisi Ujaran Kebencian per jam

Gambar 6. Jumlah Tweet Berisi Ujaran Kebencian Per Jam



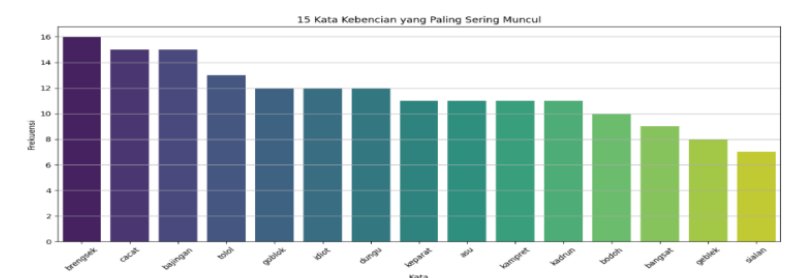
Sumber: Hasil Analisis Data (2025)

Grafik 5 memperlihatkan distribusi jumlah *tweet* yang mengandung ujaran kebencian berdasarkan waktu unggahan per jam selama periode analisis. Grafik ini menunjukkan bahwa ujaran kebencian tidak hanya tersebar secara merata sepanjang hari, melainkan cenderung mengalami peningkatan pada jam-jam tertentu. Terlihat bahwa aktivitas ujaran kebencian paling tinggi pada 22.00, dengan total 12 *tweet*, menjadikannya sebagai jam paling aktif dalam menyebarkan ujaran kebencian. Selain itu, jam-jam lain yang juga menunjukkan aktivitas tinggi adalah pukul 02.00, 04.00, 07.00, 16.00, dan 19.00, masing-masing dengan jumlah *tweet* berkisar antara 10 hingga 11 *tweet*.

Sebaliknya, jam-jam dengan ujaran kebencian terendah tercatat pada pukul 12.00, 13.00, dan 23.00, masing-masing hanya mencatat 4 *tweet*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa intensitas *tweet* bermuatan kebencian menurun pada tengah hari hingga awal sore, kemungkinan karena pengguna sedang beristirahat atau beraktivitas di luar media sosial. Secara umum, ini mengindikasikan bahwa ujaran kebencian di media sosial lebih sering muncul pada malam hari, Ketika pengguna mungkin lebih aktif berselancar di dunia maya atau sedang terlibat dalam diskusi daring yang emosional.

15 kata kebencian yang sering muncul di kolom komentar akun X@gibran_tweet.

Gambar 7. Lima Belas Kata Kebencian yang Paling Sering Muncul di Kolom Komentar Akun @gibran_tweet



Sumber: Hasil Analisis Data (2025)

Gambar 5. Menampilkan lima belas kata ujaran kebencian yang paling sering muncul dalam *tweet* selama periode analisi. Kata “brengsek” menempati urutan teratas dengan jumlah kemunculan sebanyak 16 kali, diikuti oleh kata-kata seperti “cacat”, “bajingan”, “tolol”, “goblok”, dan “idiot”. Kata-kata ini secara umum memiliki konotasi kasar, merendahkan, serta mengandung serangan personal, yang sangat relevan dengan karakteristik ujaran kebencian sebagaimana dikemukakan dalam teori oleh (Laforgue-bullido & Abril-hervás, 2022) yaitu sebagai ekspresi yang mempromosikan penolakan terhadap kelompok atau individu tertentu.

Kemunculan kata “cacat”, misalnya, dapat dikaitkan dengan kategori ujaran kebencian terhadap disabilitas, yakni bentuk penghinaan atau hasutan berdasarkan kondisi fisik atau mental seseorang. Ini menunjukkan bahwa ujaran kebencian tidak hanya di tuju untuk menyerang intelektualitas seperti dalam penggunaan kata “tolol” atau “idiot”, tetapi juga merambah pada aspek-aspek yang lebih sensitif dan struktural seperti kondisi tubuh.

Sementara itu, kata-kata seperti “keparat”, “asu”, “kampret”, dan “kadrunk” merupakan bentuk ekspresi kasar yang umumnya digunakan untuk menyerang kelompok atau figure tertentu secara politis atau ideologis. Kemunculan istilah “kadrunk” mengindikasikan nuansa politisasi dan segregasi identitas, yang bisa di kategorikan sebagai ujaran kebencian hibrida, karena menyerang identitas berbasis ideologi, agama, dan terkadang ras secara bersamaan. Ini sejalan dengan penjelasan (Silva, 2017) mengenai ujaran kebencian hibrida yang memperkuat stereotip ganda dan memperluas dampak psikologis maupun sosial terhadap korban.

Dari sisi karakteristik, temuan ini menguatkan pendapat (Barlow & Awan, 2016) bahwa media sosial menjadi ruang utama penyebaran ujaran kebencian karena fitur-fitur interaktif seperti komentar dan unggahan memungkinkan penyebaran massif dan cepat. Kata-kata dalam grafik menunjukkan bentuk ujaran yang umum digunakan dalam komentar atau balasan *tweet*, sering kali dilakukan oleh akun anonim, yang memperparah efek psikologis kepada korban. Lebih lanjut, jika ditinjau dari factor pendorong ujaran kebencian, kata-kata ini bisa muncul sebagai bentuk penegasan identitas personal (misalnya, dukungan pada kelompok tertentu sambil menyerang kelompok lawan), atau factor hiburan, di mana pelaku tidak menyadari dampak serius dari penggunaan kata kasar dalam ruang publik digital.

Data dengan frekuensi tertinggi adalah “brengsek” sebanyak 16 kemunculan, diikuti “cacat” dan “bajingan” masing-masing 15 kali. Selanjutnya, kata “tolol” dan

“goblok” muncul masing-masing 14 kali, “idiot” dan “dungu” sebanyak 13 kali, serta “bodoh” sebanyak 12 kali. Pola tersebut menunjukkan bahwa bentuk bahasa yang paling banyak ditemukan dalam tabel penelitian berkaitan dengan ujaran emosional dan penghinaan terhadap kapasitas intelektual atau psikologis. Selain itu, terdapat kata “kampret” dan “kadrun” yang dikategorikan sebagai bentuk hibrida/ideologis karena digunakan dalam konteks pelabelan politik dan identitas, sedangkan “cacat”, “sinting”, dan “edan” menunjukkan penggunaan kondisi fisik atau mental sebagai bahan perendahan. Kata “monyet” juga menunjukkan penggunaan stereotip hewani sebagai bentuk penghinaan. Dengan demikian, 15 kata tersebut memperlihatkan bahwa bahasa negatif dalam komentar tidak hanya berbentuk makian umum, tetapi juga mencakup penghinaan terhadap kapasitas intelektual, kondisi fisik atau mental, serta pelabelan politik dan identitas. Dengan demikian, visualisasi ini tidak hanya memperlihatkan data frekuensi, tetapi juga mencerminkan kompleksitas sosial dan psikologis ujaran kebencian di media sosial.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kolom komentar akun X @gibran_tweet, bahwa ujaran kebencian di media sosial X tidak muncul secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses komunikasi digital yang berulang dan bersifat kolektif. Kolom komentar berfungsi sebagai ruang public digital tempat netizen mengekspresikan kekecewaan politik, sikap penolakan, dan emosi terhadap figur politik serta sistem kekuasaan. Penelitian ini menemukan bahwa ujaran kebencian muncul dalam berbagai bentuk kata-kata kasar, penghinaan intelektual, ujaran berbasis disabilitas, serta ujaran yang menggabungkan unsur politik dan agama atau disebut hibrida. Bentuk-bentuk ini menunjukan bahwa ujaran kebencian bukan sekadar luapan emosi, tetapi digunakan sebagai cara untuk merendahkan, menolak, dan mendelegitimasi figur politik.

Melalui perspektif social information processing (SIP), ujaran kebencian dipahami sebagai proses bertahap, dimulai dari penafsiran unggahan secara ideologis, pembentukan sikap, hingga penyampaian komentar dengan bahasa yang keras dan emosional. Respons seperti like, balasan, retweet memperkuat ujaran tersebut dan mendorong netizen lain untuk meniru pola komunikasi yang sama. Selain itu tingginya respons terhadap komentar bernada kebencian membuat ujaran tersebut terlihat sebagai pandangan yang dominan, sehingga komentar yang lebih netral atau berbeda tidak terlihat. Akibatnya, ujaran kebencian menjadi semakin wajar dan di ulang ruang digital.

Dengan demikian, ujaran kebencian di kolom komentar akun @gibran_tweet merupakan praktik komunikasi digital yang terstruktur, dipengaruhi oleh emosi kolektif, budaya media sosial, dan dinamika interaksi antar pengguna, bukan sekadar perilaku individual atau emosi sesaat. Penelitian ini terbatas pengamatan jejak komunikasi digital sehingga tidak dapat memastikan identitas, motif, ideologi, kondisi psikologis, maupun koordinasi antar akun.

Referensi

Aliyah, R. N., Mubarak, Y., Iskandari, Y., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). Ujaran Kebencian Terhadap Artis pada Kolom Komentar Instagram. *Disastra*, 6(2), 181–191.

- Amores, J. J., Blanco-herrero, D., Sánchez-holgado, P., & Frías-vázquez, M. (2021). *Detecting ideological hatred on Twitter . Development and evaluation of a political ideology hate speech detector in tweets in Spanish*. 11–26.
- Barlow, C., & Awan, I. (2016). “ You Need to Be Sorted Out With a Knife ”: The Attempted Online Silencing of Women and People of Muslim Faith Within Academia. <https://doi.org/10.1177/2056305116678896>
- Chkheidze, M. (2022). Linguistic Analysis of Hate Speech on Social Media. *Caucasus Journal of Social Scien*, 2(2), 103–117.
- Davey, J. (2023). *Antisemitism on Twitter Before and After Elon Musk ’ s Acquisition commentary by*.
- Davidson, T., Warmesley, D., Macy, M., & Weber, I. (2013). Automated Hate Speech Detection and the Problem of Offensive Language *. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 11(1).
- Eriyanto, M. S. (2021). *Metode netnografi pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial*.
- Fermina, D., Waruwu, M., Vera, N., Komunikasi, F. I., & Luhur, U. B. (2020). UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL (Studi Netnografi di Akun Instagram @ prof . tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69.
- Frenkel, S., & Conger, K. (2022). *Hate Speech’s Rise on Twitter Is Unprecedented, Researchers Find*.
- Gatut Priyowidodo, P. . (2019). Monograf Netnografi Komunikasi : In *Penerbit Rajawali Pers*.
- Kemp, S. (2023). *What’s really going on with Twitter?*
- Kozinets, R. V. (2010). Doing ethnographic research online. *Kozinets, Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*.
- Laforge-bullido, N., & Abril-hervás, D. (2022). *Hate speech : a systematic review of scientific production and educational considerations*. 222–233. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2022.20240>
- Matarín, E., & Franco, G. (2025). *Propagation of Hate Speech on Social Network X: Trends and Approaches Propagation of Hate Speech on Social Network X: Trends and Approaches*. 0–21.
- Nagari, B. B., & Abadi, T. W. (2024). Ujaran Kebencian Terhadap Presiden Jokowi Studi Netnografi Twitter. *INTERACTION: Communication Studies Journal*, 1(2), 14–26.
- Of, R., & Geographical, I. (2021). *Hatenography On Twitter During the Covid- 19 Pandemic in Indonesia : Hate Speech Case Against Anies Baswedan*. 11, 68–78. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11/5/7>
- Putri, R. A., Pelawi, R., Febriyanti, R., & Simarmata, B. (2024). Ujaran Kebencian Terhadap Capres-Cawapres Prabowo-Gibran Pada Kolom Komentar Media Sosial Instagram Prabowo. *Pragmatik : Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa Dan Pendidikan*, 2(1), 70–79.
- Role, T. H. E., Political, O. F., In, B., Formation, T. H. E., Public, O. F., Anies, S., On, B., & Media, S. (2024). *Peran Buzzer Politik Dalam Pembentukan Opini Publik Mendukung Anies Baswedan Di Media Sosial Twitter*. 6(1), 111–122.
- Rosya, N. F. (2024). (2024). *Persepsi Generasi Z Tentang Pencalonan Gibran Sebagai Cawapres Pada Pemilu Tahun 2024 Di Kota Medan (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Islam Sumatera Utara)*. 1–43.
- Silva, L. A. (2017). *A Measurement Study of Hate Speech in Social Media*. <https://doi.org/https://dl.acm.org/doi/10.1145/3078714.3078723>
- Tempo.co. (n.d.). *Alasan Gibran Rakabuming Buka Akun Media Sosial Pribadi*.
- Wendling, M. (2023). . *Twitter and hate speech: What’s the evidence?*
- X, M. S., Tok, T., Nabila, S., Agustya, K., Salsabilla, Z., Aryanti, N. T., & Adhelia, V. (2023). *Analisis Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar pada media sosial X, TIK TOK, DAN INSTAGRAM*. 2(4), 45–51.