

**PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN
GORONTALO TERHADAP KOMENTAR NEGATIF
WARGANET DI AKUN INSTAGRAM KEKEYI**

Oleh

**DELIANA A. SINTAE
NIM: S2217033**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**PROGRAM STRATA SATU (S1)
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**“Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo
Terhadap Komentar Negatif Warganet Di Akun Instagram Kekeyi”**

Oleh

DELIANA A. SINTAE

S22170333

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar sarjana dan telah disetujui oleh tim pembimbing
Gorontalo, 11 Desember 2021

Pembimbing I



Dwi Ratnasari, S. Sos., M.I.Kom
NIDN : 0928068903

Pembimbing II



Ramansyah, S.Sos., M.Ikom
NIDN : 0902028605

Mengetahui

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
NIDN : 0922047803

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO TERHADAP KOMENTAR NEGATIF WARGANET DI AKUN INSTAGRAM KEKEYI

Oleh

DELIANA A. SINTAE

NIM : S2217033

SKRIPSI

Telah Dipertahankan Didepan Penguji

Pada Tanggal.....,2021

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Komisi Penguji :

1. Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.Kom

2. Ramansyah, S.Sos.,M.I.Kom

3. Dr. Andi Subhan, M.Pd

4. Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si

5. Dra. Salma P Nua, M.Pd

Mengetahui:

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Arman, S.Sos.,M.Si
NIDN:0913078602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si
NIDN:0922047803

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deliana A. Sintae

Nim : S2217033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo Terhadap Komentar Negatif Di Akun Instagram Kekeyi”** adalah benar-benar asli / merupakan karya sendiri dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan saran dari pembimbing dan penguji pada saat ujian skripsi ini.
3. Dalam skripsi ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia sanksi akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan



Deliana A. Sintae

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum melainkan kaum itu sendiri yang merubah diri mereka sendiri

(Q.s. Ar Ra'd : 11)

Dan ahwasanya seseorang manusia tiada memperoleh selain apa yang diusahakannya

(Q.s. An Najm : 39)

Waidha batatum batatum yabarin “ *Kesabaran itu tidak ada batasnya* ”
Intelligence plus character -that is the goal of true education (Martin Luther King Jr)

Hidup adalah perjuangan maka menyerah bukanlah penyelesaian karena kegagalan merupakan sebagian kecil menuju jalan kesuksesan (*penulis*)

PERSEMBAHAN

Kepada :

1. Kedua orangtua ku tercinta bapak Arudji Sintae dan Ibu Diana Nupu(Almh)
2. Kakaku yang tersayang Rosanglie Nupu
3. Keluarga Tercinta
4. Dosen Jurusan Ilmu komunikasi
5. Teman-Teman Seperjuangan
6. Almamaterku Tercinta Universitas Ichsan Gorontalo

ABSTRAK

DELIANA A SINTAE. S2217033. PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO TERHADAP KOMENTAR NEGATIF WARGANET DI AKUN INSTAGRAM KEKEYI

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan pra observasi, wawancara mendalam dan membuat dokumentasi dengan informan yang berjumlah 10 orang mahasiswa di semester 5 di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo terhadap komentar negatif warganet yang sering muncul di akun Instagram Kekeyi. Persepsi tersebut dianalisis ke dalam 3 (tiga) tahapan Persepsi, yakni Seleksi, Organisasi, dan Interpretasi. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan dengan seluruh informan, ditemukan bahwa komentar negatif warganet merupakan fenomena sosial yang dapat ditemukan dengan mudah pada postingan Kekeyi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap warganet ada yang positif dan negatif, yaitu warganet tidak seharusnya menyampaikan komentar negatif yang dapat menyakiti perasaan orang lain, namun informan lainnya memiliki interpretasi bahwa komentar negatif tersebut lah yang membuat Kekeyi semakin terkenal. Sebagai pengguna aktif media sosial, mahasiswa juga berpendapat bahwa postingan Kekeyi termasuk kreatif, lucu dan menghibur. Namun, mereka berpendapat bahwa Kekeyi terlalu percaya diri dalam menampilkan sesuatu di postingannya. Dapat disimpulkan bahwa, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo selaku informan telah membangun persepsi mereka terhadap komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi yang menghasilkan pendapat yang cukup bervariasi.

Kata kunci: persepsi, mahasiswa, media sosial, Kekeyi, Instagram



ABSTRACT

DELIANA A SINTAE. S2217033. PERCEPTIONS OF COMMUNICATIONS STUDY PROGRAM STUDENTS AT UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO ON NEGATIVE COMMENTS BY NETIZENS ON KEKEYI'S INSTAGRAM ACCOUNT

This study aims to find the perceptions of the Communication Study Program students at the Universitas Ichsan Gorontalo on negative comments by netizens on Kekeyi's Instagram account. This study is descriptive research with a qualitative approach. Methods of data collection employ pre-observation, in-depth interviews, and documentation with informants totaling 10 students in Semester 5 in the Communication Study Program, Universitas Ichsan Gorontalo. The perception is analyzed into 3 (three) stages of perception, namely Selection, Organization, and Interpretation. Based on the results of the study, it is found that netizens' negative comments are a social phenomenon that can be found easily in Kekeyi's posts. students' perceptions of netizens' comments are categorized as positive and negative. The netizens are not supposed to convey negative comments that could hurt other people's feelings, but an interpretation to it leads to a perception that the negative comments help Kekeyi more famous. As active users of social media, students also think that Kekeyi's posts are creative, funny, and entertaining. However, they argue that Kekeyi is too confident in displaying anything in her posts. The students of the Communication Study Program at Universitas Ichsan Gorontalo have built their perceptions of negative comments by netizens on Kekeyi's Instagram account having quite varied opinions.

Keywords: perception, students, social media, Kekeyi, Instagram

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Saya ucapkan kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan/memberikan segala sesuatu yang saya butuhkan. Hanya kepada-Nya Saya memuji, memohon pertolongan, dan mohon ampunan. Semoga sholawat dan keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi Muhammad SAW dan sahabat-sahabatnya. Puji syukur kepada Allah atas segala nikmat, rahmat dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo Terhadap Komentar Negatif Warganet Di Akun Instagram Kekey”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Muhammad Ichsan Gaffar, SE, M.Ak selaku ketua yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan teknologi Ichsan Gorontalo;
2. Bapak Dr. Abdul Gaffar Latjokke, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo;
3. Bapak Dr. Arman, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo;
4. Ibu Minarni Tolapa, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo;
5. Ibu Dwi Ratnasari S.Sos.,M.I.Kom selaku Pembimbing I, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian ini;
6. Bapak Ramansyah, S.Sos.,M.I.Kom selaku Pembimbing II, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian ini;
7. Seluruh staf dosen dan tata usaha dilingkungan civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
8. Kedua Orang tua Saya, Ayah Arudji Sintae dan Ibu Almh. Diana Nupu yang telah melahirkan Saya dan Ibu Sambung Yugianty Nupu yang telah merawat dan membesarkan yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan

serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup Saya, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Saya berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

Penulis menyadari dalam penyusunan usulan penelitian ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar usulan penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam usulan penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam usulan penelitian ini. semoga usulan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Gorontalo,

2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Komunikasi.....	7
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	7
2.1.2. Tujuan Komunikasi	8
2.1.3. Teori Konstruksi Sosial dalam Komunikasi	9
2.2. Persepsi	11
2.2.1. Konsep Persepsi	11
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	12
2.2.3. Aspek-aspek Persepsi	13
2.2.4. Tahapan Persepsi.....	14
2.3. Media Sosial	15
2.4. Instagram	16

2.5. Kerangka Pikir	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Obyek Penelitian.....	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Fokus Penelitian.....	20
3.4. Informan Penelitian	20
3.5. Sumber Data	20
3.6. Teknik Pengumpulan Data	21
3.7. Teknik Analisis Data	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	44
4.2. Hasil Analisis	28
4.2.1. Seleksi.....	45
4.2.2. Organisasi	48
4.2.3. Interpretasi	51
4.3. Pembahasan	55
4.3.1. Profil Kekeyi.....	55
4.3.2. Komentar Negatif Warganet.....	56
4.3.3. Tahapan Persepsi	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan bersosial dan bermasyarakat, tak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan untuk berinteraksi menjadi bagian dari kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Kebutuhan tersebut mendorong manusia untuk terus berkomunikasi satu sama lain. Dengan hadirnya kecanggihan teknologi di zaman modern ini, komunikasi yang terjalin menjadi mudah dan dapat dilakukan melalui berbagai medium yang semakin berinovasi dan ruang lingkupnya pun tak terbatas, diantara medium tersebut adalah kemunculan media sosial sebagai salah satu fenomena di ruang digital.

Media Sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Di sisi lain, seseorang pasti memiliki berbagai tujuan dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sebuah berita, untuk berbagi informasi hingga mengikuti salah satu *tren* fenomena sosial, yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri.

Menurut penelitian yang dilakukan *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris, rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Orang-orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menjaga silaturahmi biasanya akan memilih media sosial yang bersifat *private* saja seperti *Line*, *Whatsapp*, *Path*, *Telegram*,

Blackberry Messenger dan lainnya. Meskipun orang-orang tersebut masuk ke media yang terbuka seperti *Facebook* dan *Twitter*, mereka hanya akan menjadi penonton ataupun pembaca yang baik dan melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial. Sedangkan bagi orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial, biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti *Instagram*, *Facebook*, *Line*, atau *Twitter*. Karena melalui *platform* inilah, seseorang bisa secara bebas dan terbuka dalam berekspresi, sehingga banyaknya *update* status maupun unggahan yang dibagikan dapat menjadi salah satu acuan jika seseorang ingin dikenal secara luas.

Melalui media sosial, seseorang bukan dikenal sebagai siapa dirinya yang sebenarnya, melainkan karena hal-hal menarik yang diposting melalui media sosialnya yang akan menjadi gambaran atau pencitraan dari individu tersebut dalam pandangan masyarakat luas. Media sosial tentunya akan melibatkan orang lain yang mengikuti akun yang dibuat oleh seseorang tersebut, yang dikenal sebagai *followers* atau *viewers*. *Postingan* tersebut yang akan perlahan membentuk persepsi berbeda-beda bagi orang yang memaknai *postingan* tersebut.

Tak dapat dipungkiri, interaksi di dalam media sosial selalu terjadi. Pendapat dan penilaian dari masyarakat pun beragam, dari hal-hal positif sampai ke hal-hal negatif. Tak jarang muncul komentar negatif yang terkesan “pedas” atau cenderung menghakimi antar pengguna media sosial sehingga muncullah “ujaran kebencian” (*hate speech*) bahkan juga *hoax*.

Fenomena *hate speech* atau ujaran kebencian kemudian menjadi pembicaraan hangat setelah Kepolisian Republik Indonesia mengeluarkan surat

edaran yang menyatakan bahwa pelakunya dapat dikenai sanksi pidana. Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya *netizen* di media sosial yang sering mengeluarkan *hate speech*, baik di kolom komentar maupun di status pribadi seseorang. Pelaku penyebar *hate speech* sendiri sering menasar ke isu-isu sensitif seperti suku, agama, ras, warna kulit, gender, ideologi, gagasan, perbedaan fisik seseorang hingga kaum disabilitas. Ujaran kebencian yang dilakukan para *haters* inipun semakin tidak terkendali. Di sisi lain, kritik seharusnya bersifat membangun dan memberikan hal positif, sedangkan ujaran kebencian lebih mengarah pada komentar negatif, karena biasanya akan disertai dengan sindirian atau kata-kata tertentu yang bertujuan untuk menghina seseorang.

Tingginya minat pengguna media sosial menjadikan Instagram sebagai salah satu ruang publik yang sangat efektif dalam mengubah sebuah informasi yang biasa saja menjadi *viral*. Sehingga, bukan hanya artis atau tokoh ternama saja yang menjadi pusat perhatian, namun saat ini, siapapun dapat menjadi *public figure* atau orang-orang terkenal di media sosial itu sendiri. Di sisi lain, hasil pra-observasi menunjukkan bahwa para pengguna media sosial Instagram belum memahami etika-etika dalam menggunakan akun mereka sendiri, karena dapat terlihat dari penggunaan Instagram yang seharusnya bermanfaat untuk memperoleh informasi, bersosialisasi atau bahkan mengembangkan jaringan pertemanan, justru masih terdapat para pengguna yang kurang bertanggungjawab dalam berkomunikasi di dunia maya.

Maraknya fenomena komunikasi yang berbentuk komentar negatif ataupun ujaran kebencian yang seringkali terjadi di media sosial khususnya Instagram,

menjadi alasan peneliti untuk mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Salah satu fenomena yang menarik untuk diangkat adalah popularitas publik figur yang bernama Kekeyi. Karena keunikannya, Kekeyi sering menjadi sorotan dan tak jarang menjadi topik pembicaraan hangat karena penampilannya ataupun *postingannya* di media sosial. Popularitas Kekeyi seringkali menarik perhatian masyarakat untuk turut serta berpendapat dalam *postingan-postingan* publik figur tersebut di akun Instagramnya dan komentar tersebut tak terlepas dari persepsi negatif masyarakat yang cenderung mengkritik Kekeyi sebagai seorang *public figure*.

Pra-observasi penelitian menunjukkan beberapa komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi seperti yang dituliskan oleh akun wett_seloo: “aneh bgt krudungnya bljr mbak key udh gede umurnya malu dengan anak smp” ada juga komentar dari akun kukukubi_: “di profilnya ‘*Indonesian Artist*’ emang dia artis apaan? serius nanya”. Adapun yang terindikasi sebagai *haters* seperti yang dituliskan akun purbasipurba: “pengambilan fotonya sdh pas, tinggal pengambilan nyawanya” atau yang ditulis akun maries.k: “cantik lo kekeyi itu...cuma emang rada serem kalo mangap...kalo melotot dah mirip suzana aja...bahkan lebih serem...mungkin kekeyi bisa rapiin gigi terus lebih kalem...pasti cantik key”.

Lebih lanjut, pengguna media sosial diketahui berada di rentang usia remaja hingga dewasa (17 tahun keatas), dan banyak diantaranya merupakan kalangan mahasiswa. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi**

Universitas Ichsan Gorontalo terhadap Komentar Negatif Warganet di Akun Instagram Kekeyi”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo terhadap komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo terhadap komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak dan juga pembaca, yaitu:

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam mempelajari persepsi mahasiswa dalam menggunakan Instagram, dan juga sebagai acuan dan referensi pada penelitian sejenis yang berkaitan dengan media sosial, yang akan dilakukan di masa mendatang.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat megembangkan wawasan tentang persepsi masyarakat, khususnya pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, terhadap salah satu *public figure* yang dipandang menuai kontroversi atau sedang *viral* di media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang begitu luas, baik sebagai suatu ilmu yang tersendiri maupun sebagai suatu proses. Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyampaian pesan dengan tujuan menyamakan makna dari seseorang/lembaga (komunikator) kepada orang lain/audiens (komunikan). Secara terminologi, Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya atau banyak pihak supaya bisa terhubung dengan lingkungan yang ada disekitarnya (Wiryanto, 2004:12).

Terdapat juga beberapa definisi mengenai komunikasi menurut para ahli:

- a. Carl I. Hovland mengemukakannya bahwa komunikasi merupakan:

“the process by which an individual/communicator transmits stimuli usually verbal symbols to modify the behaviour of other individuals/communicatees”. komunikasi adalah proses dimana seseorang/komunikator menyampaikan perangsang-perangsang biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain/komunikan (Effendy, 2003:40).

- b. Harold D. Lasswell menjelaskan, komunikasi sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan: *Who, Say what, In which channel, To whom,*

With what effect? Kalimat ini kemudian dikenal sebagai formula Lasswell (dalam Effendy, 2003:42). Dari apa yang dikemukakan Laswell tersebut pada intinya mencakup unsur-unsur dari komunikasi, yaitu adanya; komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, komunikan/audiens, dan efek.

2. Tujuan Komunikasi

Menurut Rakhmat (2012:25), tujuan utama komunikasi adalah untuk membangun/ menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial:

a. Perubahan sikap (*attitude change*)

Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

b. Perubahan persepsi (*opinion change*)

Komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

c. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Komunikasi dapat merubah perilaku maupun tindakan seseorang.

d. Perubahan sosial (*social change*)

Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga terjalin hubungan yang baik di lapisan masyarakat.

3. Teori Konstruksi Sosial dalam Komunikasi

Prof. Robert T. Craig dari Universitas Colorado berusaha menggambarkan bahwa teori komunikasi adalah suatu disiplin yang praktis yang didasari oleh kehidupan yang nyata dengan masalah sehari-hari melalui praktek komunikasi. Craig mengidentifikasi tujuh tradisi teori komunikasi sebagai pendekatan aktual yang telah digunakan oleh para peneliti untuk mempelajari masalah komunikasi. Berikut adalah tujuh tradisi pemikiran dalam kajian teori komunikasi menurut Robert T. Craig (dalam Morissan, 2013:38) yaitu: (1) Semiotika, (2) Fenomenologi, (3) Sibernetika, (4) Sosiopsikologi, (5) Sosiokultural, (6) Kritis dan (7) Retorika. Berdasarkan judul penelitian yang diangkat, salah satu tradisi yang dipandang sesuai untuk menjadi dasar teori komunikasi dalam penelitian ini adalah kajian teori Sosiokultural.

Teori Sosiokultural menekankan gagasan dan tertarik untuk mempelajari pada cara bagaimana masyarakat secara bersama-sama menciptakan realitas dari kelompok sosial, organisasi dan budaya mereka. Sosiokultural digunakan dalam topik-topik tentang diri individu, percakapan, kelompok, organisasi, media, budaya dan masyarakat. Teori

ini memandang komunikasi sebagai penciptaan dari realitas sosial di lapisan masyarakat. Tantangan dan permasalahan yang dituju meliputi konflik, perebutan, dan kesalahan mengartikan. Pendukung teori Sosiokultural memberikan perhatian pada bagaimana identitas dibangun melalui interaksi yang terjadi dalam berbagai kelompok sosial budaya.

Teori-teori yang berada dalam tradisi Sosiokultural dipengaruhi oleh tiga teori penting, yaitu: (1) Interaksi simbolik, (2) Konstruksi Sosial dan (3) Sociolinguistik. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, teori Konstruksi Sosial dipandang relevan untuk mendalami persepsi dan komentar *haters* di akun instagram Kekeyi. Konstruksi Sosial menekankan bahwa komunikasi, baik bermedia maupun antarpribadi sesungguhnya dapat dilihat sebagai proses pembentukan realitas. Menurut teori ini, identitas suatu objek merupakan hasil dari bagaimana masyarakat membicarakan objek yang bersangkutan, bahasa yang digunakan untuk menuangkan konsepnya dan bagaimana kelompok sosial memberikan perhatiannya pada pengalaman bersama mereka (Morissan, 2013:39).

2.2. Persepsi

1. Konsep Persepsi

Menurut Mulyana (2012:76) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Selanjutnya, Mulyana mengemukakan bahwa persepsilah yang menentukan seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Menurut Bimo Walgito (2002:57), persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Persepsi disebut juga sebagai kemampuan untuk mengorganisasikan pengamatan adalah kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan.

Dalam buku Psikologi Komunikasi, Jalaluddin Rakhmat (2012:52) menyampaikan bahwa Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah pemberian makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sedangkan menurut Clifford T. Morgan (dalam Walgito, 2002:64), "*Perception is the process of discriminating among stimuli and of interpreting their meanings*" yang berarti: Persepsi adalah proses membedakan antara banyak rangsangan dan proses menerjemahkan maksud-maksud rangsangan tersebut.

Kemudian menurut Walgito (2002:70), persepsi dibedakan menjadi 2 macam: *External Perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu. Sedangkan *Self Perception* adalah

persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam individu. Persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan, dan memberikan penilaian pada objek-objek fisik maupun objek-objek sosial. Dari beberapa definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah sebuah penafsiran seseorang tentang suatu pengalaman mengenai objek atau peristiwa yang dilihat secara inderawi dan menafsirkan sesuai pada tingkat pemahaman masing-masing yang tidak terlepas dari rangsangan yang datang dari luar (*External Perception*) dan rangsangan dari dalam individu (*Self Perception*).

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa faktor yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian (Jalaluddin, 2012:82). Sedangkan faktor perhatian dibagi menjadi 2 yakni faktor internal dan faktor eksternal.

a) Faktor Internal

Individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi. Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila sistem fisiologis terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi (Walgito, 2002:71).

b) Faktor Eksternal

- 1) Stimulus. Stimulus dapat dipersepsi, jika stimulus cukup kuat. Bila stimulus berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi.
- 2) Lingkungan. Lingkungan yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi bila objek persepsi adalah manusia. Objek dan lingkungan yang melatarbelakangi obyek merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Objek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda (Walgito, 2002:77).

3. Aspek - Aspek Persepsi

Menurut Walgito (2002:86), aspek-aspek persepsi ada 3 yaitu:

- a) Komponen Kognitif, komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek. Dari sini, pengetahuan akan membentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek tersebut. Indikatornya adalah pengetahuan dan informasi.
- b) Komponen Afektif, afektif berhubungan dengan perasaan yang timbul bila ada perubahan apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci. Indikatornya adalah perasaan dan sikap.

- c) Komponen Konatif, berhubungan dengan tingkah laku atau perilaku yang nyata dapat diamati yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Indikatornya adalah tindakan dan kebiasaan.

Ketiga komponen inilah, seseorang biasanya mencoba menduga bagaimana sikap ini (kognitif, afektif, dan konatif) pada umumnya berhubungan erat. Namun, seringkali pengalaman “menyenangkan” atau “tidak menyenangkan” yang didapat seseorang di dalam bermasyarakat menyebabkan hubungan ketiga komponen itu tidak sejalan.

4. Tahapan Persepsi

Menurut Walgito (2010:32), dalam persepsi terjadi beberapa tahapan, sebagai berikut:

- a) Stimulus, terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dalam lingkungannya.
- b) Registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.
- c) Interpretasi, merupakan aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang. Selanjutnya, dikutip dari Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, disebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu: *Seleksi*, *Organisasi*, dan *Interpretasi*. Yang

dimaksud seleksi sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi*, sedangkan *organisasi* melekat pada *interpretasi*, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna (Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam Mulyana, 2012:80).

2.3. Media Sosial

Media sosial merupakan informasi yang demokratis yang mentransformasi orang dari pembaca konten menjadi pembuat konten. Media Sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial merupakan sebuah ruang publik, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan dunia virtual.

Media sosial merupakan bentuk perkembangan jaringan internet dalam bidang Media baru atau *New Media*. Menurut Dennis McQuaill dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:42) klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Dengan semakin menjamurnya penggunaan internet dan didukung oleh kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadilah konvergensi dari media-media yang sudah ada sebelumnya menjadi *new media* atau media baru. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, memunculkan berbagai jenis akses jejaring sosial yang memberikan

kemudahan dalam berkomunikasi satu dengan yang lainnya yang kemudian dikenal sebagai media sosial.

Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu bentuk komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain. Menurut Nasrullah (2017:11) media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial kemudian menjadi penting dalam kehidupan manusia saat ini selain menjadi tempat interaksi sosial serta untuk memperluas jejaring sosial.

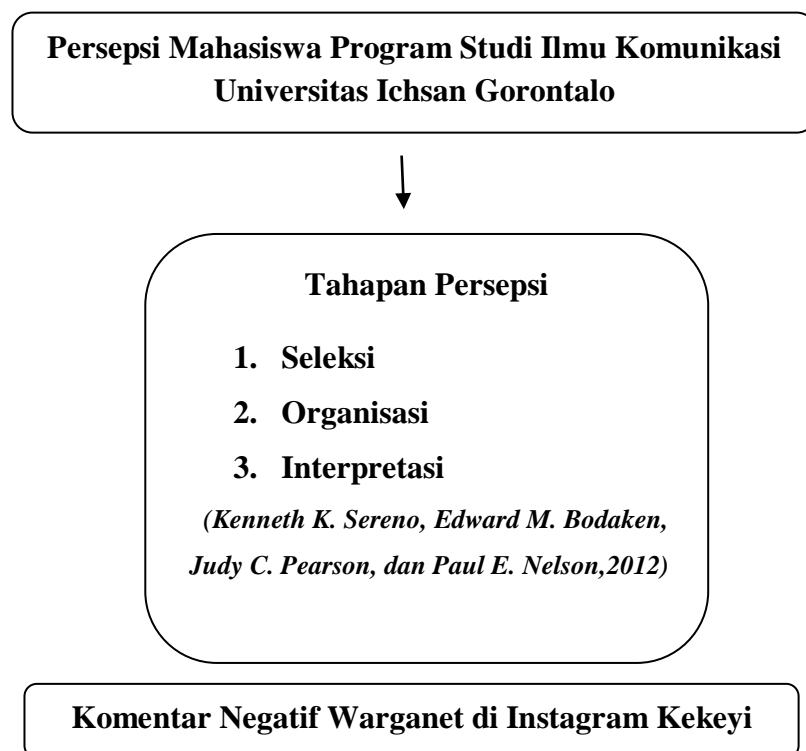
2.4. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang pada dasarnya berfungsi untuk berbagi foto maupun video pada sesama pengguna. Sejak beberapa tahun terakhir, pengguna aktif instagram telah tercatat kurang lebih 800 juta orang (Yusuf, 2017). Pengguna Instagram tentunya tak hanya orang dewasa namun anak-anak dan remaja ikut menggunakan media sosial ini. Pemanfaatan yang beragam dari pengguna Instagram dibuat sebagai akun pribadi, baik untuk orang biasa maupun selebritis hingga menjadi sarana bisnis perseorangan.

Instagram berasal dari kata "*instan*" atau "*insta*", seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk

media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Salamoon, 2013:14).

2.5. Kerangka Pikir



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitian yang dikaji adalah persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi terhadap komentar negatif warganet di salah satu akun media sosial Instagram seorang *public figure* yang bernama Kekeyi. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Ichsan Gorontalo, dengan durasi waktu penelitian sekitar 3 (tiga) bulan, dimulai dari bulan Februari 2021 s/d bulan April 2021.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran mendalam mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial yang dimaksudkan untuk kepentingan eksplorasi dan klarifikasi.

Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang hanya bertujuan memaparkan suatu peristiwa atau fakta terhadap objek yang diteliti saja. Spesifikasi dalam penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi untuk memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada, yakni dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data (Sugiyono, 2010:108).

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian kualitatif dipandang relevan dalam mengkaji persepsi partisipan (informan) yang bersifat interaktif dan fleksibel. Peneliti kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang informan/partisipan.

3.3. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Persepsi mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan juga aktif menjadi warganet dalam mengikuti atau menjadi *followers* pada akun-akun media sosial *public figure*, termasuk Kekeyi.

3.4. Informan Penelitian

Mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), informan adalah orang yang memberi informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam dalam suatu penelitian atau dikenal dengan Narasumber. Dalam penelitian ini, informan yang ditetapkan didasari oleh kesesuaian profil mereka dengan tujuan penelitian yang diangkat oleh penulis.

Adapun informan yang ditetapkan pada penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki dua kriteria utama: (1) merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dan (2) merupakan pengguna aktif sosial media Instagram. Informan yang ditentukan sebanyak 10 (sepuluh) orang mahasiswa yang berasal dari semester 5 tahun akademik berjalan yang terdiri atas 3 orang mahasiswi dan 7 orang mahasiswa di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Ichsan Gorontalo.

3.5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari seluruh informan, data diperoleh melalui teknik wawancara, dengan menggunakan alat bantu seperti:

pedoman wawancara atau mengambil rekaman suara informan dengan menggunakan *tape recorder* atau mencatat manual menggunakan *notebook*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, dapat berupa informasi atau teori-teori yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah dan dokumentasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti, diantaranya Persepsi Komunikasi dan Media Sosial, termasuk *postingan* di akun Instagram Kekeyi.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data di lokasi penelitian, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Menurut Arikunto (2006), Observasi atau yang biasa disebut dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo yang menjadi *followers* aktif pada akun Instagram Kekeyi.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan untuk menggali lebih jauh mengenai permasalahan yang diteliti.

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Menurut Arikunto (2006:88), wawancara adalah bentuk-bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2010:75), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi adalah suatu kegiatan berupa pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penemuan kembali dan penyebaran suatu dokumen.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Arikunto (206:45) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai, dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh informan. Bila jawaban yang dikumpulkan belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2010:92) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai datanya dipandang sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Analisis data dalam penelitian kualitatif mulai dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah mulai melakukan analisis terhadap jawaban-jawaban dari informan yang diwawancarai.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

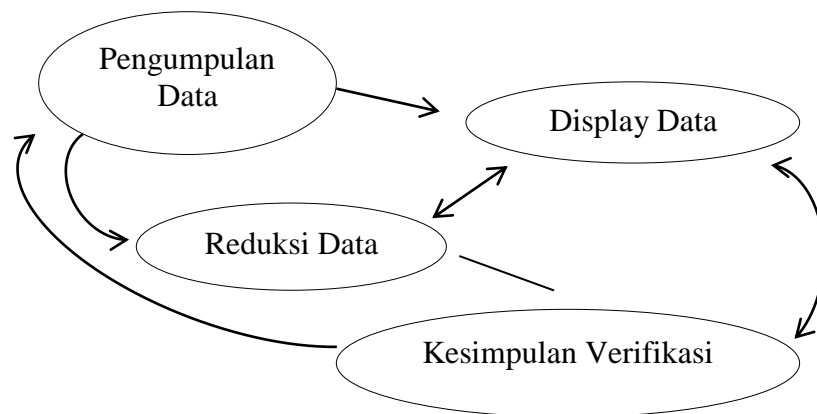
Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Semakin lama peneliti turun ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui *data reduction* atau reduksi data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya, diantaranya membuat ringkasan, membuat gugus-gugus dan partisi, merangkaikan, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari pola dan melakukan analisis lanjutan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *data display* atau penyajian data. Jika dalam penelitian kuantitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Maka dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

4. Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif, menurut Mile dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan berpotensi untuk berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap ini didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



Gambar 3.1. Model Analisis Data Miles dan Huberman

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Hasil dan pembahasan yang diuraikan pada bab ini bertujuan untuk membahas dan menganalisis persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo terhadap komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi. Penelitian ini berfokus pada persepsi mahasiswa sebagai salah satu pengguna media sosial dengan intensitas yang cukup tinggi yang berada di rentang usia 17 tahun ke atas sehingga mereka dapat dipandang sebagai makhluk sosial yang mudah terpengaruh oleh situasi yang dimunculkan oleh media sosial dan mereka cenderung menyukai interaksi yang berkembang di dalam media sosial, terutama dalam mengikuti aktivitas seorang publik figur dan sesekali memberikan komentar mereka.

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran terkait persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo terhadap komentar negatif warganet yang sering muncul di akun Instagram Kekeyi. Persepsi tersebut dapat dianalisis ke dalam 3 (tiga) tahapan, yakni Seleksi, Organisasi, dan Interpretasi. Ketiga tahapan ini diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dengan setiap informan. memperoleh hasil dan pembahasan yang terstruktur, bab ini dibagi menjadi 3 (tiga) kategori besar yaitu: (1) Gambaran umum Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo,

(2) Hasil penelitian yang berisi data hasil wawancara dengan para informan yang telah direduksi, dan (3) Pembahasan yang dikaitkan dengan teori yang sesuai.

4.2 Hasil Analisis

4.2.1. Seleksi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi informan menggunakan lebih dari satu akun media sosial dengan beragam tujuan dan kebutuhan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, sehingga mereka telah melakukan tahapan seleksi terhadap media sosial apa saja yang ingin mereka gunakan dan media sosial yang mereka pandang sebagai media sosial yang paling sesuai dengan tujuan mereka. Beberapa informan memisahkan penggunaan media sosial mereka antara akun pribadi dan akun yang dipakai untuk berinteraksi dengan keluarga dan teman-teman. Sedangkan informan lainnya memisahkan penggunaan media sosial mereka antara akun pribadi, akun bisnis, dan akun untuk hiburan seperti bermain *game online*.

Pemisahan akun-akun media sosial tersebut menunjukkan bahwa informan telah melakukan seleksi terhadap akun-akun yang mereka gunakan berdasarkan kebutuhan mereka, dan melalui akun-akun tersebut, para informan pun menyeleksi akun-akun media sosial orang lain yang ingin mereka lihat dan mereka ikuti, sehingga di tahap ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISAN Gorontalo selaku informan telah membangun persepsi awal mereka karena akun-akun media sosial yang mereka seleksi muncul berdasarkan pendapat mereka terhadap akun tersebut, dan mereka tentunya memilih akun-akun media sosial tersebut karena mereka menyukai akun tersebut dan merasakan bahwa akun-akun

tersebut dapat memenuhi kebutuhan sosial mereka. Sesuai dengan teori yang diuraikan sebelumnya, yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi* (Mulyana, 2012:80). Maka, sebagai pengguna media sosial, informan yang juga merupakan mahasiswa, telah memberikan perhatian atau atensi mereka terhadap media sosial tertentu yang mereka anggap menarik karena mereka merasakan sensasi tertentu saat menggunakan media sosial tersebut seperti rasa senang, kepuasan dalam memperoleh informasi terbaru dan merasa terhibur sehingga para informan telah melalui proses seleksi dalam menentukan media sosial yang mereka gunakan.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan kesepuluh informan yang merupakan mahasiswa, program studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo, ditemukan bahwa semua informan memiliki akun media sosial dan mereka menggunakannya dengan tujuan yang serupa, misalnya untuk berkomunikasi, memperoleh informasi dan mencari hiburan seperti penuturan informan 1, 2, 7, 8 dan 9:

“Media yang sering saya gunakan adalah WA, Tiktok, Youtube, dan Instagram.” (IP)

“Sering saya gunakan adalah Instagram, Facebook, dan Whatsapp”

“Iya menggunakan, Instagram, Facebook, Whatsapp dan Twitter juga kadang – kadang, dan tiktok yang paling menonjol.” (NA)

“Iya menggunakan, WA dan Instagram, alasannya karena semua kalangan dapat mengaksesnya. (LH)

“Informasi pada instagram juga lebih cepat dibantingkan dengan berita lain.” (AD)

“Iya menggunakan, WA dan Instagram, Facebook jarang. Alasannya karena komunikasi pada zaman sekarang, mempermudah komunikasi, untuk update info-info yang menarik agar tidak

primitif.” (AS)

Adapun rata-rata media sosial yang mereka gunakan lebih dari satu jenis media sosial. Informan yang menggunakan lebih dari satu akun media sosial didasari oleh kebutuhan yang berbeda-beda misalnya penggunaan media sosial mereka dibedakan antara akun pribadi dan akun bisnis/usaha, seperti yang dituturkan oleh informan 2, 4, 6, 8 dan 9:

“Iya, dua akun digunakan, akun pertama untuk keluarga, akun kedua untuk teman-teman.” (LH)

“Kalo dari diri sendiri memiliki banyak akun, yang sering digunakan adalah Facebook. Satu akun untuk Game Online.” (FP)

“Lebih, satu untuk kehidupan sehari-hari kedua untuk bisnis,”

“Iya, kalau instagram ada Saya menggunakan akun instagram lebih dari satu, satunya untuk keseharian, satunya untuk karya sendiri.”

“Tiga, yang pertama akun Real, akun jualan, dan akun hobby.”

Lebih lanjut, para informan menyampaikan bahwa mereka memperoleh banyak hal positif dan manfaat dari menggunakan media sosial, manfaat yang paling sering disebutkan adalah kemudahan memperoleh informasi, seperti penuturan informan 1, 2, 4, 7 dan 8:

“Bermanfaat, informasi berupa berita yang tidak kita ketahui akan langsung diketahui.” (IP)

“Pengetahuan, kalau IG berupa kata – kata motivasi, sedangkan Youtube untuk melihat resep masakan.” (LH)

“Banyak informasi yang didapat.” (FP)

“Lebih cepat mendapatkan informasi, update hal-hal baru lebih baik di Instagram.” (NA)

“Manfaatnya besar, informasi berupa berita lebih banyak, dan juga lebih up to date.” (AD)

Dari banyaknya media sosial yang mereka gunakan, aktivitas informan di dunia maya ini pun tidak lepas dari mengikuti dan menjadi followers akun-akun media sosial publik figur yang mereka idolakan dan hampir semua informan memiliki idola yang berbeda, dan diantara mereka ada yang mengikuti akun media sosial Kekeyi. Beberapa akun media sosial publik figur yang diikuti diantaranya oleh informan 2, 4, 5, 6, dan 8:

“Baim Wong, Asmirandah.” (LH)

“Raffi Ahmad dan Nagita Slavina.” (FP)

“Iya saya mengikuti Kekeyi.” (ES)

“Banyak, diantaranya Aril Noah, Deddy Corbuzier.” (MY)

“Banyak juga, akan tetapi salah satunya adalah master Deddy Corbuzier, AgnesMo” (AD)

4.2.2. Organisasi

Tahapan berikutnya adalah Organisasi. Dalam tahapan ini, para informan memperoleh stimulus atau rangsangan yang bersumber dari *postingan* di sosial media Kekeyi yang dapat berupa gambar maupun *caption* yang telah dibagikan oleh Kekeyi di akun Instagramnya secara terbuka sehingga siapapun bisa melihat dan mengomentari *postingan* tersebut. *Postingan-postingan* ini tentunya tidak hanya satu dan diketahui bahwa sampai saat ini akun Instagram Kekeyi

mempunyai lebih dari 300 lebih *postingan*, sehingga informan yang mengenal Kekeyi setidaknya pernah melihat satu atau dua *postingan* yang muncul dalam beranda mereka, dan *postingan* Kekeyi telah memberi rangsangan terhadap warganet, khususnya informan dalam penelitian ini yang memberikan persepsi mereka terkait komentar negatif warganet pada *postingan* Kekeyi.

Rangsangan informasi yang muncul kemudian memberi makna berbeda-beda bagi siapapun yang melihat *postingan* Kekeyi. Makna-makna yang ditimbulkan dapat menghasilkan satu kesatuan makna yang akhirnya memunculkan persepsi dari informan. Dalam proses wawancara, para informan memberikan pendapat awal mereka mengenai hal-hal yang mereka sukai dan mereka tidak sukai dari Kekeyi, dan beberapa diantaranya memiliki persepsi bahwa Kekeyi adalah orang yang lucu dan konten yang dibuatnya sangat menghibur, sementara informan yang lainnya berpendapat bahwa Kekeyi adalah orang yang biasa saja dan kontennya tidak menarik.

Namun, para informan mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah berkomentar negatif di akun Instagram Kekeyi ataupun menggunakan akun mereka untuk berperilaku menjadi *haters* bagi Kekeyi. Lebih dari itu, para informan memiliki persepsi yang hampir serupa bahwa tidak seharusnya warganet memberikan komentar negatif bahkan menghina seseorang karena *postingan* yang ditampilkannya merupakan hasil karya yang dibuat dengan kreativitasnya sendiri dan beberapa informan juga merasa kasihan dengan Kekeyi yang selalu dibanjiri dengan komentar negatif di akun Instagramnya.

Persepsi yang muncul dari informan merupakan tahapan persepsi yang

telah terorganisir melalui serangkaian makna yang dipicu oleh komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi sehingga persepsi tersebut membentuk organisasi yang bersatu dalam bentuk dukungan, pembelaan dan juga rasa simpati mulai terbangun untuk Kekeyi. Analisis ini sesuai dengan teori Persepsi (Mulyana, 2012:80) yang menyatakan bahwa *organisasi* dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna”.

Hasil wawancara selanjutnya menggali persepsi informan terhadap akun Instagram Kekeyi, dan beberapa informan menyebutkan bahwa mereka pernah melihat *postingan* Kekeyi walaupun tidak menjadi follower pada akun media sosialnya, seperti yang dituturkan oleh informan 4, 5, 7, 8 dan 9:

“Tidak sih. Kadang juga suka dengan *postingan* Kekeyi karena lucu” (FP)

“Alasanya karena dia lucu bisa membuat diri sendiri terhibur dan bahagia.” (ES)

“Kalo Kekeyi tidak. Cuma pernah stalking itu dulu. awal dia viral pernah. Tidak mengikuti. Tidak juga menyukai. Biasa saja.” (NA)

“Menurut pendapat saya bahwa Kekeyi itu orang terbanyak followernya, salah satu selebgram dengan follower terbanyak. Saya tidak follow, alasanya karena konten dia kurang kreatif dan menarik.” (AD)

“Dari segi perkembangan saya tidak mengikuti dengan akun perkembangan Kekeyi. Bisa dikatakan sebagai hiburan saja.” (AS)

4.2.3. Interpretasi

Tahapan terakhir dari Persepsi adalah Interpretasi. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIPOL Unisan Gorontalo yang menjadi informan dalam penelitian ini membangun interpretasi mereka setelah menyeleksi media sosial yang mereka gunakan sesuai dengan kebutuhan mereka dan kemudian mereka memberi makna terhadap rangsangan informasi yang muncul dalam media sosial mereka yang bersatu menjadi sebuah interpretasi terhadap sebuah *postingan* yang berasal dari berbagai sumber. Dalam hal ini, fokus penelitian pada *postingan* akun Instagram Kekeyi yang memunculkan banyaknya komentar negatif telah membentuk interpretasi para informan terhadap perilaku komunikasi warganet di akun Instagram publik figur tersebut.

Sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa dalam tahapan persepsi, aspek *organisasi* melekat pada *interpretasi* (Mulyana, 2012:80). Teori ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa para informan melihat fenomena yang serupa, yaitu Kekeyi membuat banyak *postingan* yang mengundang komentar negatif yang disebabkan oleh kepolosan Kekeyi dan sosoknya yang selalu tampil apa adanya sebagai seorang publik figur namun karakternya lucu dan menghibur, serta kreatif dalam membuat *postingan* yang unik dan berbeda dari selebgram lainnya dalam membuat konten.

Di sisi lain, para informan penelitian membangun interpretasi bahwa Kekeyi memiliki kepercayaan diri yang terlalu berlebihan sehingga

dia dianggap mengorbankan diri sendiri demi mendapatkan popularitas sebagai seorang artis. Salah satu informan bahkan mengungkapkan bahwa menurutnya, Kekeyi dengan sengaja membuat konten yang “memancing emosi” warganet untuk berkomentar negatif terhadap *postingannya*. Interpretasi ini merupakan hasil yang ditimbulkan oleh organisasi makna-makna terhadap komentar negatif warganet yang sering dibaca oleh para informan di akun Intsagram Kekeyi, dan informan memiliki interpretasi bahwa komentar negatif yang muncul dari warganet disebabkan oleh *postingan* Kekeyi yang mungkin saja tidak sesuai dengan ekspektasi masyarakat terhadapnya yang ingin melihat Kekeyi menjadi sosok yang lebih baik dari sebelumnya.

Para informan yang pernah melihat *postingan* Kekeyi lebih lanjut mengutarakan persepsi mereka terhadap hal-hal yang disukai dan tidak disukai dari publik figur tersebut, dan banyak diantara informan yang berpendapat bahwa Kekeyi adalah orang yang lucu dan percaya diri seperti yang disampaikan oleh informan 1, 3, 4, 7 dan 8:

“Lucu, banyak ide, selalu membuat video lucu,” (IP)

“Dia kreatif, membuat konten positif, lucu,” (RS)

“Yang disukai adalah dia lucu, yang tidak disukai adalah orangnya itu.” (FP)

“Tidak disukai dari Kekeyi kepercayaan diri terlalu berlebihan. Yang disukai menghibur diri orang lain.” (NA)

“Yang disukai tidak merasa malu dengan kekurangannya, percaya

diri. Tidak disukai adalah terlalu berlebihan.” (AD)

Diantara persepsi yang mereka utarakan tersebut, para informan lebih lanjut mengutarakan persepsi mereka terhadap *postingan* yang ditampilkan Kekeyi pada akun media sosial Instagramnya, seperti penuturan informan 1, 3, 5, 6, 7 dan 9:

“Gaya bicara yang tidak teratur,” (IP)

“Lucu, bawaanya ingin ketawa.” (RS)

“Biasa saja, lucu.” (ES)

“Percaya diri dalam melakukan tindakan walaupun dengan kekurangan dia.” (MY)

“Cokodidi (genit dalam bahasa Gorontalo), lucu.” (NA)

“Langsung tertawa, lucu,” (AS)

Walaupun para informan memberikan pendapat mereka terhadap figur Kekeyi dan *postingan* yang dia tampilkan di dalam akun Instagramnya, namun hampir seluruh informan mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah berkomentar apapun terkait *postingan* Kekeyi tersebut. Di sisi lain, informan juga turut mengamati komentar-komentar warganet lainnya dan mereka melihat banyaknya komentar negatif yang dibagikan di setiap *postingan* Kekeyi, sehingga para informan pun mengungkapkan ketidaksetujuan mereka terhadap komentar negatif tersebut, seperti yang disampaikan oleh informan 2, 3, 4, 6, 8:

“Komentar tersebut terlalu berlebihan, karena selalu men-judge orang dengan kekurangannya, dan kita juga harus selalu introspeksi diri.” (LH)

“Yang pasti marah, karena tidak seharusnya kita berkomentar negatif, karena setiap orang punya kelebihan dan kekurangan masing-masing. Jadi bijaklah dalam berkomentar.” (RS)

“Pikiran saya hanya kasihan Kekeyi nya.” (FP)

“Banyak netizen yang selalu berkomentar tanpa berpikir terlebih dahulu.” (MY)

“Komentar negatif tersebut kurang setuju, karena itu merupakan karya seseorang. Keresahan para haters yang tidak suka” (AD)

Persepsi yang disampaikan oleh para informan terhadap komentar negatif yang seringkali muncul di akun media sosial Kekeyi dilatarbelakangi oleh hasil pengamatan para informan terhadap *postingan-postingan* yang sering ditampilkan oleh Kekeyi yang dipandang sebagai jenis *postingan* yang selalu menimbulkan rasa tidak suka dari warganet, seperti yang diungkapkan oleh informan 10:

“Saya tidak begitu mengenal sosok Kekeyi namun untuk publik figur sudah sewajarnya sering mendapatkan komentar negatif karena tidak semua orang suka dengan konten atau *postingannya*. Karena kita tidak bisa memaksa orang-orang untuk suka dengan kita, karena untuk seorang *haters* sudah menjadi hobi dan kepuasan tersendiri untuk beropini atau berkomentar negatif. Satu hal lagi yang membuat Kekeyi sering mendapatkan komentar-komentar negatif karena isi kontennya sangat memancing emosi orang untuk menghujat dia. Jujur, sebenarnya alasan saya tidak

mengikuti dan menonton konten Kekeyi karena saya tidak ingin menambah beban dosa saya selama saya masih hidup, jujur saya baru melihat clip konten mukbang langsung bawaanya ketawa. Namun saat ini Kekeyi kayaknya sudah terbiasa dengan *hate comment* atau komentar negatif karena saya liat dari konten Youtubanya saat ini kontennya masi sama seperti yang dulu tidak ada perubahan, masih sama-sama memancing emosi orang untuk berkomentar negatif.” (YL)

4.3. Pembahasan

4.3.1. Profil Kekeyi

Dilansir pada Google Indonesia (2021), Kekeyi yang bernama lengkap Rahmawati Kekeyi Putri Cantikka, lahir pada tanggal 23 Maret 1995 dan megawali karirnya sebagai seorang selebritas internet. Kekeyi dikenal luas setelah membuat konten tutorial *make up* dengan menggunakan balon untuk menggantikan fungsi *beauty blender*.

Konten tutorial *make up* Kekeyi yang ia sebut "*beauty vlogger*" pertama kali diunggah pada tahun 2018.

Dalam waktu singkat, karir Kekeyi berkembang menjadi seorang Youtuber. Per Oktober 2021, channel YouTube nya telah memiliki lebih dari 1,1 juta *subscribers*. Dalam perjalanannya, Kekeyi mengaku sering mengalami perundungan (*bullying*) karena memiliki tubuh yang gempal dan tidak tinggi.

Namun, Kekeyi bertekad dengan membuat video untuk membuktikan bahwa orang biasa pun bisa tetap menjadi cantik.

Di tahun 2020, Kekeyi mengeluarkan single lagu “Keke Bukan Boneka” yang menjadi trending di dunia maya, bahkan telah ditonton lebih dari 18 juta kali. Namun, pihak Youtube terpaksa menghapus video lagu tersebut karena

dipandang memiliki kemiripan dengan lagu lainnya yang telah dinyanyikan sebelumnya oleh penyanyi Rinni Wulandari yang merupakan pemenang kontes pencarian bakat *Indonesian Idol*.

Tidak mengenal kata menyerah, Kekeyi melanjutkan karirnya sebagai seorang Selebgram. Akun Instagramnya pun telah terverifikasi (centang biru) dan kini telah memiliki lebih dari 730.000 pengikut (*followers*). Angka *followers*-nya bahkan melampaui beberapa Selebgram ternama di Indonesia, seperti Ayla Dimitri (400.000 *followers*), Karen Vandela (420.000 *followers*), Sabrina Chairunnisa (600.000 *followers*), dan masih banyak lagi.

4.3.2. Komentar Negatif Warganet

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang dilakukan dengan seluruh informan, ditemukan bahwa komentar negatif warganet merupakan fenomena sosial yang hampir selalu dapat ditemukan pada *postingan* Kekeyi. Hasil wawancara dan data-data penelitian menunjukkan bahwa media sosial seorang publik figur seperti Kekeyi dapat menimbulkan kontroversi karena *postingan* yang dibuatnya seringkali menuai komentar-komentar negatif dari warganet. Komentar negatif tersebut dapat bersumber dari ragam persepsi masyarakat yang memandang Kekeyi tidak sesuai dengan ekspektasi sosial masyarakat terhadap figur ideal seorang Selebgram perempuan, khususnya yang berhijab (lihat Lampiran 3).

Dalam prosesnya, komentar-komentar tersebut ditimbulkan oleh persepsi masyarakat yang dipicu oleh *postingan* di Instagram Kekeyi yang terkesan berlebihan atau tidak sesuai dengan harapan masyarakat, sedangkan faktanya, tidak dapat dipungkiri bahwa Kekeyi merupakan salah satu publik figur dengan jumlah pengikut yang terbilang tinggi. Sehingga, *postingan* di akun Instagram

Kekeyi selalu mengundang banyak perhatian dari warganet dan mengakibatkan munculnya berbagai komentar di kolom komentarnya. Komentar yang bermunculan tersebut merupakan hasil persepsi yang dituangkan oleh beragam masyarakat yang tentunya mempunyai pendapat yang berbeda-beda terhadap Kekeyi. Namun, komentar yang paling menonjol dari setiap *postingan* Kekeyi adalah komentar negatif (lihat Lampiran 3).

Pada hakikatnya, persepsi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa yang bersumber dari penggabungan antara pengalaman dan pemaknaan informasi yang dipicu oleh stimulus tertentu sehingga menghasilkan suatu interpretasi. Dalam penelitian ini, stimulus atau rangsangan yang diterima oleh informan adalah komentar negatif yang muncul pada *postingan* Kekeyi di akun Instagramnya.

Maka, persepsi tersebut menghasilkan kesan yang positif dan negatif dari para informan, bahwa warganet tidak seharusnya menyampaikan komentar negatif yang dapat menyakiti perasaan orang lain, namun informan lainnya memberi persepsi bahwa komentar negatif tersebut lah yang membuat Kekeyi semakin terkenal. Persepsi ini dapat semakin beragam dan menuai kontroversi. Namun, pada dasarnya, persepsi menjadi hak bagi siapapun yang menggunakan ruang publik di dunia maya. Dan, sudah seharusnya, masyarakat dapat menjunjung nilai-nilai dan norma untuk saling menghormati dan menghargai keberadaan orang lain walaupun tidak saling mengenal.

4.3.3. Tahapan Persepsi

Data penelitian diperoleh setelah melakukan wawancara mendalam terhadap 10 (sepuluh) orang mahasiswa di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Universitas Ichsan Gorontalo, yang berada pada semester 5 tahun akademik berjalan dan terdiri atas 7 (tujuh) orang mahasiswa dan 3 (tiga) orang mahasiswi. Hasil wawancara yang diperoleh kemudian dianalisis dan diuraikan dalam pembahasan yang kemudian digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian secara kualitatif mengenai persepsi mahasiswa terhadap komentar negatif warganet di akun Instagram Kekeyi.

Sebagai bagian dari masyarakat yang selalu berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo yang menjadi informan dalam penelitian ini juga dipandang sebagai warganet yang aktif sebagai pengguna media sosial dan seringkali mengamati keseharian seorang publik figur. Maka, persepsi yang telah disampaikan oleh informan terhadap komentar-komentar negatif tersebut dapat dianalisis melalui tahapan persepsi yang terdiri dari 3 (tiga) tahapan yaitu : (1) Seleksi (2) Organisasi (3) Interpretasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Atas dasar uraian dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Persepsi merupakan sebuah bentuk perilaku Komunikasi yang muncul akibat stimulus atau rangsangan informasi yang diperoleh seseorang yang memberi makna pada sebuah objek atau peristiwa. Dalam penelitian ini, persepsi yang dibangun oleh Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo bersumber dari komentar-komentar negatif yang muncul pada *postingan* Kekeyi di akun Instagramnya. Sebagai pengguna aktif media sosial, para informan memilih Instagram dan beberapa media sosial lainnya untuk mereka gunakan sesuai dengan kebutuhan mereka dan mereka pun memilih untuk mengikuti akun-akun Instagram beberapa publik figur yang mereka sukai. Proses seleksi yang terjadi merupakan tahapan Persepsi yang dilanjutkan dengan organisasi dan Interpretasi yang menghasilkan ragam pendapat yang diungkapkan oleh informan terhadap komentar negatif di akun Instagram Kekeyi. Dapat disimpulkan bahwa, persepsi yang dibangun oleh informan diantaranya adalah *postingan* Kekeyi yang termasuk kreatif, lucu dan menghibur. Di sisi lain, mereka juga berpendapat bahwa Kekeyi terlalu percaya diri dalam menampilkan sesuatu di *postingannya* dan terkesan tidak sesuai dengan harapan masyarakat terkait idealnya seorang publik figur sehingga mereka merasa wajar apabila banyak warganet yang selalu memberikan komentar negatif terhadapnya. Di sisi lain, beberapa informan juga merasa kasihan dengan perlakuan warganet terhadap Kekeyi dan seharusnya tidak berkomentar kasar ataupun menghina Kekeyi.

5.2. Saran

Penelitian terkait media sosial dan interaksi yang terjadi di dunia maya merupakan salah satu fenomena sosial yang masih akan terus berkembang di masa mendatang. Oleh karena itu, sangat penting untuk terus melanjutkan penelitian di bidang ini demi perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya kajian studi Media Baru.

Melalui penelitian ini juga, perilaku komunikasi di dunia maya, khususnya di media sosial dapat berpotensi menjadi sebuah ruang publik dengan interaksi yang semakin tidak terkendali, yang disebabkan oleh kebebasan berbicara dan identitas di dunia maya yang dapat disembunyikan. Untuk itu, disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Sebagai pengguna aktif media sosial, mahasiswa hendaknya menjunjung nilai-nilai kesopanan, baik di dunia maya maupun di dunia nyata dan hendaknya tidak mudah terpengaruh oleh pembicaraan di ruang publik yang dapat mengarah pada komentar negatif terhadap orang lain yang hanya dikenal secara virtual.
2. Sebagai agen penggerak perubahan yang selayaknya berkontribusi pada masyarakat, mahasiswa yang juga berposisi sebagai warganet saat berinteraksi di media sosial, hendaknya dapat menghargai orang lain walaupun hanya di dunia maya dan terus berupaya untuk menghormati karya-karya yang dibuat oleh seseorang, terlepas dari rasa suka ataupun tidak suka terhadap *postingannya*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Luqyana, Wanda Athira, dkk. 2018. *Analisis Sentimen Cyberbullying pada Komentor Instagram dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 2, No. 11, November 2018.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi – Komunikator, Pesan, Percakapan dan Hubungan Interpersonal*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuaill, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa (Terjemahan)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puteri, Gladyz. 2019. *Analisis Hate Speech Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Komunitas Indonesian Pageants)*. Universitas Sriwijaya: Skripsi.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Salamoon. 2013. *Instagram - Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Walgito, B. 2002. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah anda menggunakan sosial media? Media sosial apa yang anda gunakan dan apa alasannya?
2. Apakah anda memiliki satu akun sosial media atau anda menggunakan lebih dari satu akun? Apa alasannya?
3. Apa saja yang anda peroleh dari penggunaan sosial media Instagram? Apakah anda memperoleh manfaat atau tidak?
4. Siapa saja *public figure* yang anda ikuti di akun Instagram anda? Apakah Kekeyi salah satunya?
5. Apa alasan anda mengikuti akun instagram Kekeyi? Apakah anda menyukai *public figure* tersebut?
6. Apa pendapat anda tentang Kekeyi? Apa yang anda sukai dan apa yang anda tidak sukai dari Kekeyi?
7. Apa yang anda pikirkan saat melihat postingan Kekeyi?
8. Apakah anda pernah memberikan komentar pada postingan Kekeyi? Apakah komentar tersebut positif atau negatif? Jelaskan alasannya.
9. Apabila anda membaca komentar negatif orang lain terhadap postingan Kekeyi di akun Instagramnya, apa yang anda pikirkan? Bagaimana dengan pendapat anda terhadap komentar-komentar negatif tersebut?
10. Apabila anda melihat postingan Kekeyi yang kurang menarik atau dianggap kurang sesuai dengan pemikiran anda, apakah anda turut memberikan pendapat anda di sosial media? Seperti apa komentar anda?

Lampiran 2

DOKUMENTASI WAWANCARA



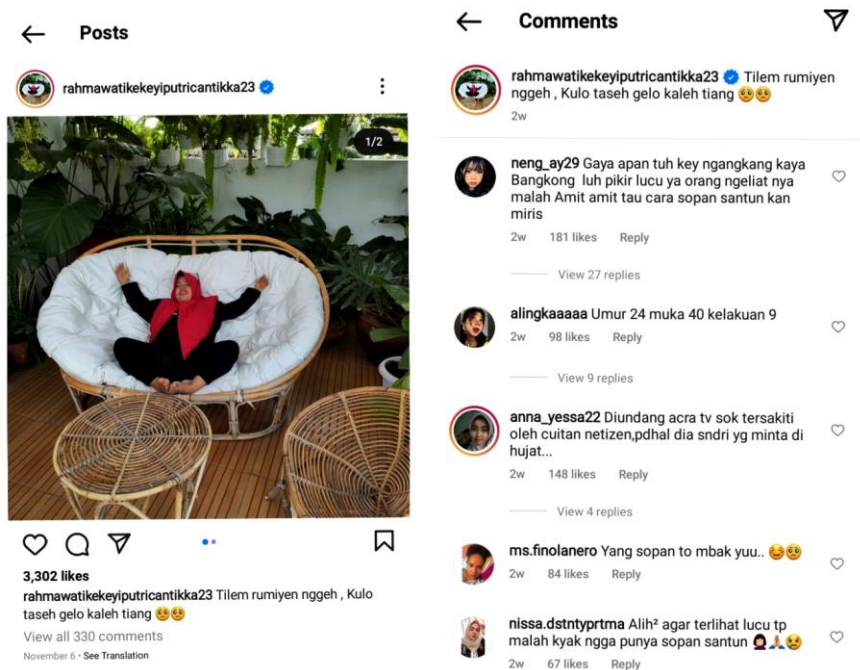




Lampiran 3

CONTOH POSTINGAN DENGAN KOMENTAR NEGATIF DI AKUN INSTAGRAM KEKEYI

1. Postingan Kekeyi pada tanggal 6 November 2021



2. Postingan Kekeyi pada tanggal 20 Oktober 2021



3. Postingan terbaru Kekeyi pada bulan November 2021

←

Posts



rahmawatikeyiputricantikka23

Pasangan serasi abad ini



♡

💬

🚩

...

6,124 likes

rahmawatikeyiputricantikka23

Pasangan serasi abad ini

Jangan scroll belakangnya
Dijamin iri

View all 127 comments

←

Comments




rahmawatikeyiputricantikka23

Pasangan serasi abad ini

Jangan scroll belakangnya
Dijamin iri


4d · Edited



egraconan @rahmawatikeyiputricantikka23

hahaha sampe abad depan juga bolehh 🤔🤔

4d · Pinned · 19 likes · Reply



rahmawatikeyiputricantikka23

@egraconan EMG ada 🤔🤔

4d · 5 likes · Reply


View 3 more replies



halloo.linaaa_

Fix pansosssss 🤔

1h · Reply



adrian_kia_surabaya

Gak capek key di buat pansos mulu

4d · 40 likes · Reply

View 2 replies




az96_business

Serasi banget ❤️, kawal sampai halal guys. Haha.

4d · 14 likes · Reply

View 5 replies

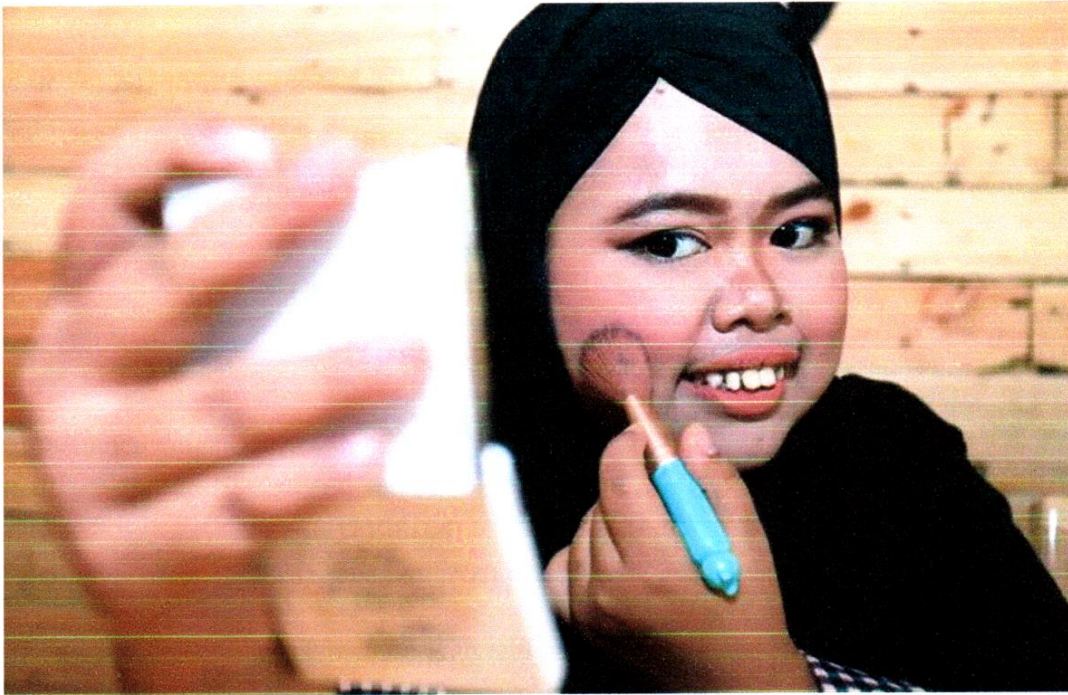


dhirraaaaa

masih serasi aku dan pacarku 🤔

4d · 7 likes · Reply

4. Foto Kekeyi





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3476/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/VII/2021

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

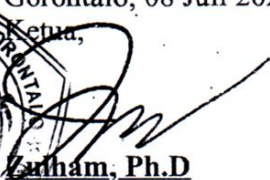
Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Deliana Sintae
NIM : S2217033
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
Judul Penelitian : PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO TERHADAP KOMENTAR NEGATIF WARGANET DI AKUN INSTAGRAM KEKEYI

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 08 Juli 2021


Ketua,
Zulham, Ph.D
NIDN 0911108104



KEMENTERIAN RISET DAN TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
TERAKREDITASI BAN-PT

Jln. Ahmad Nadjamudin No. 17 Kota Gorontalo No Telepon (0435) 829975

SURAT PENELITIAN

Nomor :172/FISIP-UIG/XII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Arman, S.Sos.,M.Si
NIDN : 0913078602
Jabatan : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa :

Nama : Deliana Sintae
NIM : S22.17.033
Fakultas / Jurusan : FISIP / Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Ichsan Gorontalo

Benar-benar telah melakukan penelitian di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo

Demikian Surat ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ichsan Gorontalo


Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si

NIDN,0922047803





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 1010/UNISAN-G/S-BP/XII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : DELIANA A. SINTAE
NIM : S2217033
Program Studi : Ilmu Komunikasi (S1)
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Ichsan Gorontalo Terhadap Komentar
Negatif Warganet Di Akun Instagram Kekey

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 27%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 03 Desember 2021

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



SKRIPSI_ DELIANA A SINTAE_ S2217033_ PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS IC - S2217033

Nov 27, 2021

7681 words / 51502 characters

S2217033

SKRIPSI_ DELIANA A SINTAE_ S2217033_ PERSEPSI MAHASIS...

Sources Overview

27%

OVERALL SIMILARITY

1	eprints.walisongo.ac.id INTERNET	5%
2	www.coursehero.com INTERNET	2%
3	repo.iainbatusangkar.ac.id INTERNET	2%
4	tulipmungil.blogspot.com INTERNET	2%
5	samuelfrederich.blogspot.com INTERNET	1%
6	eprints.umm.ac.id INTERNET	1%
7	afidburhanuddin.wordpress.com INTERNET	1%
8	123dok.com INTERNET	1%
9	repository.unhas.ac.id INTERNET	<1%
10	senjadotme.wordpress.com INTERNET	<1%
11	journal.ikipsiliwangi.ac.id INTERNET	<1%
12	repository.iainbengkulu.ac.id INTERNET	<1%
13	repository.uinsu.ac.id INTERNET	<1%
14	publikasi.unitri.ac.id INTERNET	<1%
15	digilib.uinsby.ac.id INTERNET	<1%
16	j-ptiik.ub.ac.id INTERNET	<1%

17	thomaschristianmpd.blogspot.com	INTERNET	<1%
18	id.123dok.com	INTERNET	<1%
19	id.wikipedia.org	INTERNET	<1%
20	itstrianamaharani.wordpress.com	INTERNET	<1%
21	ejournal.stkipbbm.ac.id	INTERNET	<1%
22	nurulfaa.blogspot.com	INTERNET	<1%
23	www.scribd.com	INTERNET	<1%
24	repository.bungabangsacirebon.ac.id	INTERNET	<1%
25	repository.unpas.ac.id	INTERNET	<1%
26	repository.usd.ac.id	INTERNET	<1%
27	anjitaasr.blogspot.com	INTERNET	<1%
28	repository.iainkudus.ac.id	INTERNET	<1%
29	Devi Zunita, Fatimah Fatimah. "Mekanisme Kerja Media Buyer Biro Iklan Prima Advertising", Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKO...	CROSSREF	<1%
30	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	INTERNET	<1%
31	digilibadmin.unismuh.ac.id	INTERNET	<1%
32	nanopdf.com	INTERNET	<1%
33	repository.iainpalopo.ac.id	INTERNET	<1%

Excluded search repositories:

Submitted Works

Excluded from document:

Bibliography

Quotes

Small Matches (less than 20 words)

Excluded sources:

None

Biodata Mahasiswa

Nama : Deliana A. Sintae
NIM : S2217033
Tempat Tanggal Lahir : Luwuk, 21 April 1996
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1- Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Sungai Limboto No. 117 Luwuk, Sulawesi Tengah



Nama Orangtua
Ayah : Arudji Sintae
Ibu : Diana Nupu(Alm)
Saudara : Rosanglie Nupu

Riwayat Pendidikan:

No.	Tahun	Jenjang	Ket
1	2002-2008	SDN 1 Luwuk	Berijazah
2	2008-2011	SMP Negeri 1 Luwuk	Berijazah
3	2011-2014	SMK Negeri 1 Luwuk	Berijazah
4	2017-2021	Universitas Ichsan Gorontalo	Berijazah

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu
Komunikasi Terhadap Komentar Negatif Warganet
Di Akun Instagram Kekeyi

Nama Mahasiswa : Deliana A. Sintae

Nim : S2217027

Pembimbing 1 : Dwi Ratnasari, S.Sos.,M.I.Kom

Pembimbing 2 : Ramansyah S.Sos. M.I.Kom

Pembimbing 1				Pembimbing 2			
No	Tanggal	Koreksi	Paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1				1			
2				2			
3				3			
4				4			