

FENOMENA UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL
(Studi Etnografi *Virtual* Mengenai Ujaran Kebencian Ahmad Dhani
Di Media Sosial *Twitter*)

Glenda Melina Windyastari¹⁾,
Melly Maulin P, S.Sos., M.Si²⁾,

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Komputer Indonesia

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Komputer Indonesia

Email: glendawindyastari@yahoo.co.id

Email: melly.maulin@email.unikom.ac.id

Abstract

This study aimed to know the phenomenon of hatespeech on social media through the tweet of Ahmad Dhani hatespeech's on social media account twitter @AHMADDHANIPRAST seen by media space, media archive, media objects, and experiential stories.

The method of this research is qualitative approach with ethnography virtual study. The process of selecting informants uses purposive sampling technique. Data collection technique with participatory observation, in-depth interviews, and document analysis. Data analysis technique uses the Creswell model.

*The result show that the phenomenon of hatespeech seen by **media space** is that @AHMADDHANIPRAST account and users used Twitter and feature of Twitter to spread the hatespeech. The artefact culture in this level is "Retweet". **Media archive** of hatespeech tweets contain the value of religion, politics and identity that was interpreted negative by users. The artefact culture in this level is three of Ahmad Dhani hatespeech's. On **media object**, this level have seen two types of respons such as pro and contra which was dominated by contra respons. The artefact culture in this level is the "hashtag". In experiential stories, stigma positive was produced by the users who is supporting Ahmad Dhani as musicians then politician. Artefact culture in this level is an account @AHMADDHANIPRAST which always made a tweets that triggered pro and contra respons on cyberspace (online), due to in the real life, Ahmad Dhani is one of public figure who is controversial (offline).*

The conclusion shows the phenomenon of hatespeech is the artefact culture and the contraction culture were created by an account @AHMADDHANIPRAST and users created in cyberspace.

The suggestion for people is to be more able to use social media with wisely and to avoid from the culture of hatespeech in cyber media according on UU ITE.

Keywords : Virtual Ethnography, Tweets of Hatespeech, @AHMADDHANIPRAST

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena ujaran kebencian di media sosial melalui cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akun media sosial *Twitter* @AHMADDHANIPRAST yang dilihat dari ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media.

Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan studi Etnografi *Virtual*. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan teknik observasi partisipan, wawancara mendalam, analisis dokumen. Teknik analisa data menggunakan model Creswell.

Hasil penelitian diperoleh bahwa fenomena ujaran kebencian dilihat dari **ruang media** berupa akun @AHMADDHANIPRAST dan entitas *Twitter* menggunakan media sosial *Twitter* dan fiturnya untuk menyebarkan cuitan ujaran kebencian. Pada level ini artefak budaya berupa fitur “*retweet*”. **Dokumen media** dalam cuitan ujaran kebencian mengandung nilai agama, nilai politik dan nilai identitas yang dimaknai negatif oleh entitas *Twitter*. Pada level ini artefak budaya berupa ketiga cuitan ujaran kebencian. **Objek media** melihat ada dua jenis tanggapan yaitu, tanggapan pro dan tanggapan kontra yang di dominasi oleh pihak-pihak kontra. Pada level ini artefak budaya berupa “*hashtag-hashtag*” dalam kolom komentar. **Pengalaman media** berupa munculnya stigma positif dari entitas *Twitter* yang lebih mendukung Ahmad Dhani menjadi musisi dibandingkan menjadi politikus. Level ini menghasilkan artefak budaya berupa akun @AHMADDHANIPRAST sering melahirkan cuitan yang memancing pro dan kontra di dunia virtual (*online*) karena dalam kehidupan nyatanya pun Ahmad Dhani merupakan tokoh publik figur yang kerap kontroversial (*offline*).

Kesimpulan Fenomena Ujaran Kebencian merupakan konstruksi dari budaya dan artefak budaya yang diciptakan oleh akun @AHMADDHANIPRAST dan entitas *Twitter* di dalam *cyberspace*.

Saran bagi masyarakat untuk dapat lebih bijak dalam berkomunikasi di media sosial agar terhindar dari budaya ujaran kebencian di media siber sesuai dalam pasal-pasal UU ITE.

Kata kunci : Etnografi *Virtual*, Cuitan Ujaran Kebencian, @AHMADDHANIPRAST

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Tanggal 28 Januari 2019, Ahmad Dhani resmi divonis Majelis Hakim setelah dilaporkan oleh Jack Lopian atas kasus tuduhan ujaran kebencian yang dituliskan Ahmad Dhani melalui akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST pada tahun 2017 silam. Terdapat tiga cuitan Ahmad Dhani yang dianggap mengandung unsur ujaran kebencian terhadap mantan Gubernur Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok terkait penistaan agama dalam akun *Twitter*-nya yang masing-masing dikirimkan pada tanggal 7 Februari, 6 Maret dan 7 Maret 2017 seperti berikut : Pada tanggal 7 Februari Ahmad Dhani menuliskan pada akun *Twitter*-nya: "Yang menistakan

agama si Ahok, yang diadili KH Ma'ruf Amin..." Pada tanggal 6 Maret Ahmad Dhani kembali menulis: "Siapa saja yang dukung penista agama adalah bajingan yang perlu diludahi mukanya." Terakhir, pada 7 Maret, Ahmad Dhani menulis: "Sila pertama Ketuhanan YME. Penista agama jadi gubernur... Kalian Waras ???".

Cuitan Ahmad Dhani di media sosial *Twitter* ini menjadi hal menarik di dunia *virtual* karena dalam pandangan peneliti, cuitan ujaran kebencian tersebut kemudian menjadi semacam teks yang terdistribusikan melalui media sosial *Twitter* Ahmad Dhani untuk menyebarkan kebencian terhadap Ahok yang pada saat itu terkait kasus penistaan agama sehingga menjadikan cuitan tersebut sebagai suatu artefak budaya dari internet dan interaksi yang

terdapat didalam cuitan ujaran kebencian tersebut merupakan suatu nilai budaya yang dikonstruksi oleh komunitas virtual.

Sampai saat ini *Twitter* masih menjadi contoh semacam ruang pribadi bagi entitas atau pengguna (*users*) untuk mengunggah apa saja yang terjadi disekitar mereka. Terkadang motif mengunggah teks, gambar, ataupun suara tidak jelas ditujukan kepada siapa (entitas lainnya). Komunikasi menjadi tidak bisa dijelaskan siapa yang terlibat di dalamnya atau kepada siapa status itu ditujukan. Hal ini juga mendatangkan masalah baru dimana praktik atau ujaran kebencian juga tumbuh pesat melalui medium ini yang sekarang dikenal dengan *hate speech*.

Sadar ataupun tidak, internet sudah tidak dapat terpisahkan dari realitas kehidupan sehari-hari. Akses internet yang semakin mudah dan murah memberikan kebebasan berekspresi dan berpendapat bagi entitas atau pengguna (*user*) di dunia *virtual*. Seolah-olah, bisa dikatakan dengan adanya internet kita dapat dilihat dengan mudah oleh orang-orang yang beragam dengan nilai-nilai yang beragam pula.

Internet juga tidak sekadar medium yang memberikan tempat berinteraksi di antara anggota komunitas *virtual*. Internet sebagai perangkat juga memberikan kontribusi dari terbentuknya dimensi-dimensi baru dari budaya. Kolaborasi antara teknologi, perangkat, entitas, dan bahasa yang ada di dunia *virtual* memberikan kontribusi terhadap munculnya budaya dan artefak budaya.

Timbul pertanyaan bahwa bagaimana cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di media sosial *Twitter* merupakan sarana dalam menyampaikan pendapat maupun ekspresinya sehingga cuitan tersebut menjadi suatu budaya dan artefak budaya pada fenomena yang ada dan diciptakan oleh Ahmad Dhani sendiri dengan menggunakan internet sebagai media komunikasi. Dengan demikian peneliti menggunakan *design* penelitian Etnografi *virtual* untuk meneliti fenomena ujaran kebencian di media sosial terutama cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di media sosial *Twitter*. Hal ini menurut peneliti merupakan metode yang tepat mengingat etnografi *virtual* merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi

terhadap entitas (*users*) saat menggunakan internet tersebut sehingga nantinya akan peneliti teliti menggunakan **analisis media siber**. Melalui analisis ini peneliti akan membedah media sosial *Twitter* kedalam aspek-aspek untuk menemukan tujuan dari etnografi *virtual* yaitu artefak-artefak yang ada pada budaya media siber terutama budaya internet dan budaya yang dihasilkan dari internet itu sendiri.

Berdasarkan paparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti “Fenomena Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Etnografi *Virtual* Mengenai Cuitan Ujaran Kebencian Ahmad Dhani Di Media Sosial *Twitter*)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana **Level Ruang Media** dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST?
2. Bagaimana **Level Dokumen Media** dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST?
3. Bagaimana **Level Objek Media** dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST?
4. Bagaimana **Level Pengalaman Media** dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk meneliti dan menganalisis fenomena ujaran kebencian di media sosial pada cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di media sosial *Twitter*.

Serta tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui budaya dan artefak budaya dari level ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis peneliti berharap agar hasil penelitian ini berguna sebagai pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan etnografi *virtual* khususnya. Secara praktis,

peneliti berharap agar hasil penelitian ini mampu menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya bagi penelitian sejenis yang ingin mengungkap fenomena sosial di dalam dunia *virtual* secara lebih dalam dan penelitian ini juga diharapkan agar dapat berguna sebagai informasi bagi masyarakat khususnya tentang fenomena ujaran kebencian di media sosial sehingga dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial khususnya dalam menyampaikan pendapatnya dengan menggunakan tutur bahasa yang tidak mengandung unsur ujaran kebencian.

2. Kajian Pustaka

2.1 Internet sebagai Budaya dan Artefak Budaya

Internet, menurut penjelasan Hine (2007) dalam Nasrullah (2012: 51), bisa didekati dalam dua aspek, yaitu internet sebagai budaya dan internet sebagai artefak budaya.

Adapun konsep budaya menurut Christine Hine (2000) dalam Nasrullah (2017: 17). Pertama, budaya menjelaskan internet merupakan model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara langsung atau *face-to-face*. Komunikasi di internet atau komunikasi termediasi komputer (*computer mediated communication*) interaksi terjadi berdasarkan teks semata.

Kedua, artefak budaya memberikan sebuah pemahaman bahwa kata “internet” bisa didenotasikan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan para pengguna untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai macam bentuk komunikasi, serta untuk bertukar informasi.

2.2 Ujaran Kebencian / *Hatespeech*

Hate Speech (Ucapan Penghinaan atau kebencian) adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain. Dalam arti hukum, *Hate speech* adalah perkataan,

perilaku, tulisan, ataupun pertunjukan yang dilarang karena dapat memicu terjadinya tindakan kekerasan dan sikap prasangka entah dari pihak pelaku pernyataan tersebut ataupun korban dari tindakan tersebut. (Mawarti, 2018: 3-4)

2.3 *Cyberculture*

Dalam buku Nasrullah, Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber (2012) bahwa internet merupakan ruang dimana budaya yang terjadi itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. (Nasrullah, 2015: 74)

Secara sederhana budaya siber bisa dimaknai sebagai :

“Praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antarpengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antara manusia dan teknologi maupun antarmanusia dengan perantara teknologi. Budaya itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet dan jaringan yang terbentuk di antara pengguna”. (Nasrullah, 2015: 78)

2.4 *Cyberspace*

Dalam buku Teori Komunikasi David Holmes (2012: 95) mengatakan setiap medium yang membungkus komunikasi manusia dalam ruang yang dihasilkan secara elektronik bisa saja masuk ke dalam bentuk *cyberspace*. Pengertian *cyberspace* atau ruang siber menurut Gibson adalah sekumpulan data, representasi grafik demi grafik, dan hanya bisa diakses melalui komputer (Nasrullah, 2012: 20).

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan secara kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Berkaitan dengan pengertian di atas, dalam hal ini peneliti gunakan untuk melihat fenomena ujaran kebencian di media sosial dalam cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akunnya @AHMADDHANIPRAST dengan

menggunakan desain penelitian etnografi *virtual* sebagai pisau dalam penelitian ini.

Christine Hine dalam buku *Etnografi Virtual* (Nasrullah, 2017: 9) menyatakan bahwa etnografi *virtual* merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (*users*) saat menggunakan internet tersebut.

3.1 Informan Penelitian

Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, Dalam buku Sugiyono (2015: 301) bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan informan tersebut didasari pertimbangan bahwa mereka dianggap peneliti paling mengetahui mengenai permasalahan yang akan diteliti saat ini. Hal ini dikarenakan bahwa informan tersebut memiliki keterkaitan yang besar terhadap masalah yang akan diteliti.

Dalam hal ini peneliti menggunakan langsung ahli, serta orang yang langsung berpengaruh terhadap hal yang dijadikan subjek penelitian. Untuk permasalahan yang berkaitan tentang desain penelitian yaitu etnografi *virtual* maka peneliti akan menjadikan Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. sebagai informan ahli dimana beliau merupakan orang yang menguasai permasalahan dari etnografi *virtual* sesuai dengan inti utama dari isu yang diangkat sebagai penelitian.

Kemudian peneliti menjadikan beberapa entitas *Twitter* yang menanggapi cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani sebagai informan kunci dari penelitian ini karena merupakan bagian dari komunitas *virtual* dari akun @AHMADDHANIPRAST sehingga peneliti anggap sebagai orang-orang yang membantu mengkontruksi cuitan tersebut ke dalam suatu bentuk budaya dan artefak budaya.

4. Hasil dan Pembahasan

Akun @AHMADDHANIPRAST merupakan akun pribadi Ahmad Dhani yang digunakan sebagai sarana dalam berkomunikasi di dunia *virtual* untuk mengungkapkan pendapat, pikiran maupun ekspresinya melalui sebuah

cuitan. Dari sisi penelitian, menurut pengamatan peneliti akun @AHMADDHANIPRAST merupakan akun yang banyak melahirkan cuitan yang sering memancing pro dan kontra di dunia *virtual*. Cuitan kontroversial tersebut bermula sejak Ahmad Dhani mulai terjun ke dalam dunia politik dan dengan lantang menyuarakan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok dalam akun Twitter-nya yang mengundang pro dan kontra di kalangan komunitas virtual.

4.1 Level Ruang Media

Ruang media merupakan level yang dapat mengungkapkan bagaimana struktur yang ada dari medium di internet yang merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi, dalam hal ini yang menjadi medium tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi ialah media sosial *Twitter* dalam akun @AHMADDHANIPRAST.

Penggunaan media sosial *Twitter* dan pemanfaatan fitur oleh akun @AHMADDHANIPRAST sangat digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pendapat, pikiran maupun ekspresinya terlebih dalam hal politik. Dari proses pengamatan maka didapatkan bahwa akun @AHMADDHANIPRAST jelas memanfaatkan media sosial *Twitter* dan fitur-fiturnya untuk berpolitik juga menyampaikan pendapatnya untuk melawan dominasi dan menebar kebencian khususnya terhadap Ahok melalui sebuah cuitannya karena media sosial *Twitter* merupakan media komunikasi massa yang paling efektif dalam proses penyebaran pesannya.

Ada yang unik yang peneliti lihat dalam media sosial *Twitter* khususnya dalam akun @AHMADDHANIPRAST yang mana cuitannya yang selain mengundang kontroversial dan memancing pro dan kontra dikalangan komunitas *virtual* terdapat pula fitur *retweet* yang digunakan oleh entitas *Twitter* untuk menyebarkan cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani sehingga mampu menarik perhatian dunia maya.

Dalam aplikasinya pada akun @AHMADDHANIPRAST muncul alasan mengapa cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut di *retweet* oleh entitas *Twitter*, yang mengatakan bahwa ada dua golongan entitas yang *me-retweet* cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yaitu golongan yang setuju dan golongan yang tidak setuju dengan cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut sehingga peran dalam *retweet* ini diakui oleh informan kunci berdampak sangat besar dalam proses penyebaran cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani karena orang dari yang tidak tahu karena tidak *mem-follow* Ahmad Dhani bisa menjadi tahu berkat adanya *retweet* dari orang-orang.

Istilah “*Retweet*” dalam media sosial *Twitter* pada akun @AHMADDHANIPRAST merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari ruang media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

Analisis peneliti ini sesuai dengan perspektif CMC Marc Smith (1995) bahwa jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi untuk melibatkan jumlah individu yang besar.

4.2 Level Dokumen Media

Dalam penelitian ini, yang menjadi dokumen media peneliti yaitu ketiga cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST dan melihat nilai-nilai atau makna yang terkandung didalamnya.

Ketiga cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani mengandung nilai atau makna agama dan politik. Nilai agama yang terkandung dalam cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yaitu penegasan yang berulang-ulang tentang penistaan agama seperti yang diketahui bahwa Ahmad Dhani beragama islam dan pada saat itu Ahok sedang terjerat kasus penistaan agama islam oleh karena itu Ahmad Dhani menyuarkan ekspresi kebenciannya melalui sebuah cuitan karena Dhani menganggap agamanya telah dilecehkan oleh Ahok.

Sedangkan nilai politik yang terkandung dalam cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yaitu ditunjukkan dengan keberadaan dan

keberpihakan pandangan politik yang berbeda dengan Ahok sehingga Dhani dalam cuitannya selalu menyerang Ahok dengan menggambarkan bahwa Ahok seseorang yang tidak pantas dipilih dalam pilkada DKI Jakarta 2017.

Berdasarkan hasil yang peneliti dapatkan dilapangan bahwa hampir dari semua entitas *Twitter* memaknai cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani negatif. Mereka beranggapan jika cuitan tersebut sangat tidak pantas dilontarkan oleh seorang publik figur seperti Ahmad Dhani yaitu seseorang yang memiliki banyak fans atau pengikutnya di dunia maya, terlebih cuitan tersebut menggunakan bahasa yang tidak pantas dan menyinggung suatu kelompok dengan terang-terangan yang tidak hanya menyakiti Ahok tetapi juga para pendukungnya yang merasa dikata-katain tidak pantas oleh Ahmad Dhani sehingga cuitan tersebut dianggap sebagai suatu serangan yang dilakukan Ahmad Dhani untuk menjatuhkan Ahok di media sosial.

Dari seluruh konten yang terdapat pada akun @AHMADDHANIPRAST peneliti melihat bahwa ketiga cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari dokumen media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

Analisis peneliti ini sesuai dengan perspektif CMC Marc Smith (1995) bahwa interaksi yang terjadi dalam dunia siber pada kenyataannya terjadi melalui medium teks. Teks dalam bentuknya yang beragam dan juga melibatkan simbol (*icons*) menjadi medium yang digunakan oleh pengguna dalam berkomunikasi.

4.3 Level Objek Media

Di level objek media ini peneliti akan melihat bagaimana cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani ditanggapi oleh entitas *Twitter* lainnya, baik yang *mem-follow* akun @AHMADDHANIPRAST maupun yang hanya menanggapi cuitan tersebut saja.

Dari sisi tanggapannya pun peneliti melihat bahwa terdapat 2 jenis tanggapan yang peneliti masukan kedalam klasifikasi Pro dan

Kontra, Pro dalam artian bahwa tanggapan tersebut bermakna positif atau entitas *Twitter* yang menanggapi setuju dan mendukung cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut, dan Kontra dalam artian bahwa tanggapan tersebut bermakna negatif, atau entitas *Twitter* yang menanggapi tidak setuju dan marah akan cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut.

Melihat tanggapan-tanggapan yang terdapat dalam cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akun @AHMADDHANIPRAST peneliti melihat bahwa interaksi pada cuitan tersebut lebih didominasi oleh pihak-pihak yang kontra atau tidak sependapat dengan cuitan Ahmad Dhani bahwa orang-orang yang menanggapi cuitan tersebut di luar pendukung Ahok atau bukan apapun pilihan partai politiknya maupun penggemar karya-karya Ahmad Dhani atau bahkan orang awam sekalipun jika melihat cuitan tersebut tetap saja orang akan menilai cuitan tersebut negatif, karena bahasa yang digunakan sangat tidak etis dan sangat menebar kebencian yang nantinya akan menimbulkan kegaduhan dan perpecahan di masyarakat *virtual* sehingga entitas *Twitter* merasa Ahmad Dhani akan terus berulah jika cuitannya tidak ditanggapi.

Dari semua interaksi yang terdapat pada kolom komentar cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST, peneliti melihat bahwa ada *hashtag-hashtag* baru yang diciptakan oleh entitas *Twitter* seperti #EnteWaras, #penistaagama, #adaAqua, #JokowiLindungiAhok, #DhaniStressKalahNyabub dan #tetapAhokDjarot sebagai interaksi yang dilakukan oleh entitas *Twitter* di dunia maya atau cyberspace.

Dalam hal ini peneliti melihat bahwa *hashtag-hashtag* yang terdapat pada kolom komentar cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yang diciptakan oleh entitas *Twitter* sebagai interaksi di dalam *cyberspace* merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari objek media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

Analisis peneliti ini sesuai dengan perspektif CMC Marc Smith (1995) bahwa di

media siber interaksi bisa dikondisikan sesuai dengan jadwal yang diinginkan oleh pengguna saat terkoneksi ke dalam jaringan. Komunikasi bisa terjadi dalam kondisi ruang dan waktu yang sama (*synchronous*) dan bisa juga berbeda (*asynchronous*) karena konten dan lingkungan itu selalu “hidup” dan ada kapanpun.

4.4 Level Pengalaman Media

Pada level pengalaman media ini peneliti akan menggali lebih dalam apa yang terjadi di balik cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yang muncul di *online*. Sebagaimana konstruksi dari teks cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akunnya @AHMADDHANIPRAST tidak sekadar sebuah teks untuk pengguna itu sendiri, tetapi selalu ada alasan mengapa teks itu muncul (*offline*).

Pada sisi ini peneliti melihat bahwa cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani dilatarbelakangi oleh dorongan yang besar dari golongan politik yang sekubu dengan Ahmad Dhani untuk saling menjatuhkan lawan parpolnya yaitu Ahok yang pada saat itu kebetulan sedang mencalonkan sebagai gubernur Jakarta 2017 namun tersandung kasus penistaan agama sehingga melalui cuitannya Ahmad Dhani pun menyerang Ahok dengan mengutarakan ekspresi kebenciannya pada Ahok dan pendukungnya bahwa Ahok tidak pantas menjadi gubernur dan siapapun yang mendukung penista agama (pendukung Ahok) adalah bajingan yang perlu diludahi mukanya.

Tidak lepas dari karakter Ahmad Dhani yang suka mengkritisi sesuatu namun terdapat perbedaan bahasa yang digunakan Ahmad Dhani setelah terjun ke dunia politik yaitu banyaknya penggunaan kata-kata kasar dan menebar kebencian pada suatu kelompok dalam cuitannya. Dibandingkan saat Ahmad Dhani menjadi musisi yang cuitannya masih mengandung nilai-nilai liberal, masih menghargai satu sama lain dan penggunaan bahasa yang masih dianggap normal untuk berpendapat. Perbedaan ini menurut peneliti ada kaitannya dengan kesuksesan Ahmad Dhani saat masih menjadi musisi dibandingkan kegagalan Ahmad Dhani di dunia politik yang gagal menjadi calon bupati bekasi 2017

sehingga Ahmad Dhani lebih banyak mengungkapkan kekecewaannya dan mencoba mempertahankan eksistensinya melalui akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST dengan menuliskan cuitan-cuitan yang selalu mengundang pro dan kontra dikalangan komunitas *virtual*.

Apabila ditarik ke dalam entitas *Twitter* yang menilai sosok Ahmad Dhani, tidak dapat dipungkiri jika pendapat entitas *Twitter* merasa bahwa Ahmad Dhani jauh lebih baik menjadi musisi dibandingkan menjadi politikus sehingga dalam hal ini peneliti melihat bahwa ada stigma positif dalam entitas *Twitter* yang lebih mendukung Ahmad Dhani menjadi musisi ketimbang mendukung Ahmad Dhani menjadi politikus hal ini dapat terlihat dari stigma negatif entitas *Twitter* yang melihat cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST sehingga mengurangi rasa kepercayaan masyarakat untuk memilih Ahmad Dhani di pilkada 2017 lalu.

Jika dilihat dari bagaimana cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani tersebut dapat menjadi sebuah fenomena ujaran kebencian jawabannya adalah siapa dalang dibalik cuitan tersebut. Seorang publik figur seperti Ahmad Dhani pasti sangat mudah dilirik jika melakukan suatu kesalahan atau melakukan sesuatu yang kontroversial itu sebabnya mengapa cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani ini menjadi hangat diperbincangkan karena sosok Ahmad Dhani tersebut. Begitu pula Ahmad Dhani yang memanfaatkan media sosial *Twitter* untuk mengutarakan pendapatnya agar eksistensi dan keberpihakannya diketahui semua orang yang ada di ranah *virtual*.

Berdasarkan hasil yang telah peneliti jabarkan maka pada level ini dapat dilihat dalam dua sudut pandang yaitu, pertama dari sudut pandang entitas *Twitter* dan kedua dari sudut pandang akun @AHMADDHANIPRAST. Bahwasannya jika dilihat dari sudut pandang entitas *Twitter* analisis ini sesuai dengan perspektif CMC Marc Smith (1995), yang mengatakan posisi seorang pengguna (*users*) tidak berlaku di media siber. Dalam hal ini posisi pada komunikasi termediasi oleh komputer menekankan pada interaksi yang

terjadi tidak mensyaratkan adanya kesamaan seperti status sosial. Di dalam sebuah akun tidak melibatkan visualisasi para pengguna sebagaimana di dunia nyata, seperti gender, pekerjaan, umur, jabatan dan lain sebagainya sehingga pengguna (*users*) bebas berinteraksi serta memproduksi pesan sesuai seperti yang mereka inginkan. Di dalam interaksi *virtual*, identitas pengguna (*users*) hanya diwakilkan oleh avatar.

Namun, apabila dilihat dari sudut pandang akun @AHMADDHANIPRAST analisis ini tidak sesuai dengan perspektif CMC Marc Smith (1995), karena berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan peneliti bahwa pengguna (*users*) dari suatu akun ternyata menentukan realitas *virtual* yang akan membedakannya dengan akun-akun yang lain. Dalam hal ini “posisi” Ahmad Dhani baik sebagai musisi ataupun politisi sangat berpengaruh dalam interaksi yang dilakukan oleh entitas. Maka posisi Ahmad Dhani pada akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST merupakan titik awal dari konstruksi fenomena ujaran kebencian di *cyberspace*.

Maka dalam penelitian ini, peneliti memakai sudut pandang entitas *Twitter*. Hal ini dikarenakan fokus penelitian ini adalah konstruksi budaya fenomena ujaran kebencian. Di dalam konstruksi ini maka konstruktor pertamanya adalah entitas *Twitter*. Dalam hal ini maka selaras antara teori dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya kebebasan “posisi” dari pengguna (*users*) di dunia *virtual*. Kebebasan disini tidak hanya berbicara tentang status individu atau entitas dari suatu akun namun kebebasan disini berbicara pula tentang bagaimana entitas memproduksi suatu pesan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Level Ruang Media dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST

Penggunaan media sosial *Twitter* dan pemanfaatan fitur oleh akun @AHMADDHANIPRAST digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pendapat, pikiran maupun ekspresinya terlebih

dalam hal politik khususnya dalam melawan dominasi dan menebar kebencian terhadap Ahok melalui cuitannya sehingga peneliti melihat bahwa *retweet* merupakan fitur yang digunakan oleh entitas *Twitter* untuk menyebarkan cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani sebagai penanda bahwa mereka setuju maupun tidak setuju dengan apa yang dituliskan Ahmad Dhani agar dapat menarik massa yang lebih banyak lagi untuk melihat cuitan tersebut. Istilah “*Retweet*” dalam media sosial *Twitter* pada akun @AHMADDHANIPRAST merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari ruang media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

2. Level Dokumen Media dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST

Peneliti melihat bahwa ketiga cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani mengandung nilai atau makna agama, politik dan identitas yang dimaknai oleh entitas *Twitter* bahwa cuitan Ahmad Dhani tersebut negatif sehingga dari seluruh konten yang terdapat pada akun @AHMADDHANIPRAST peneliti melihat bahwa ketiga cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari dokumen media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

3. Level Objek Media dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST

Terdapat 2 jenis tanggapan yang peneliti masukan kedalam klasifikasi Pro dan Kontra, Pro dalam artian bahwa tanggapan tersebut bermakna positif atau entitas *Twitter* yang menanggapi setuju dan mendukung cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani, dan Kontra dalam artian bahwa tanggapan tersebut bermakna negatif, atau entitas *Twitter* yang menanggapi tidak setuju dan marah akan cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani. Melihat tanggapan-tanggapan yang terdapat dalam cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani pada akun @AHMADDHANIPRAST peneliti melihat bahwa interaksi pada cuitan tersebut lebih didominasi oleh pihak-pihak yang kontra

atau tidak sependapat dengan cuitan Ahmad Dhani. Dari semua interaksi yang terdapat pada kolom komentar cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani di akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST, peneliti melihat bahwa ada *hashtag-hashtag* baru yang diciptakan oleh entitas *Twitter*. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa *hashtag-hashtag* yang terdapat pada kolom komentar cuitan ujaran kebencian Ahmad Dhani yang diciptakan oleh entitas *Twitter* sebagai interaksi di dalam *cyberspace* merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai artefak budaya dari objek media bagi media sosial *Twitter* khususnya akun @AHMADDHANIPRAST.

4. Level Pengalaman Media dalam cuitan ujaran kebencian @AHMADDHANIPRAST

Ahmad Dhani memanfaatkan akun *Twitter*-nya @AHMADDHANIPRAST sebagai wadah untuk memperlihatkan eksistensi dan keberpihakannya di dunia politik khususnya dalam mengutarakan kebenciannya pada penista agama atau Ahok sehingga muncul stigma positif dari entitas *Twitter* yang lebih mendukung Ahmad Dhani menjadi musisi dibandingkan menjadi politikus. @AHMADDHANIPRAST merupakan akun yang sering melahirkan cuitan yang memancing pro dan kontra di dunia virtual (*online*) karena dalam kehidupan nyatanya pun Ahmad Dhani merupakan tokoh publik figur yang kerap kontroversial (*offline*)

5.2 Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu :

1. Kepada akun @AHMADDHANIPRAST diharapkan dapat lebih bijak dalam berkomunikasi di media sosial agar tidak sampai menyinggung atau menyakiti suatu kelompok karena komunikasi yang terjadi di media siber bisa menjadi artefak atau terdokumentasikan yang bisa dilihat sewaktu-waktu oleh entitas lainnya yang nantinya akan menyebabkan kegaduhan di dalam dunia *virtual*.

2. Kepada masyarakat diharapkan untuk menggunakan media sosial sebaik mungkin, khususnya dalam menyampaikan pendapat, pikiran maupun ekspresi alangkah baiknya menggunakan bahasa yang sopan dan layak agar terhindar dari budaya ujaran kebencian dalam media siber yang dapat terjerat dalam pasal-pasal UU ITE.

Daftar Pustaka

Buku :

Cangara, Hafied. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Effendy, Onong Uchjana. 2010. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Jakarta: PT Grasindo Rosdakarya.

Eriyanto. 2011. Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Holmes, David. 2012. Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat. terj. Teguh Wahyu. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kuswarno, E. 2008. Etnografi Komunikasi. Bandung: Widya Padjadjaran.

Moleong, Lexy J. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2001. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2003. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Nasrullah, Rulli. 2017. Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan

Sosioteknologi di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli. 2012. Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, Aji. 2008. Pengantar Teknologi Informasi. Makassar : Salemba Empat.

Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Grasindo Rosdakarya.

Sumber Lain : Penelitian :

Fikri, G. 2017. “Aktivitas Komunikasi Bobotoh Persib dalam Cyberspace (Studi Etnografi Virtual Mengenai Aktivitas Komunikasi Bobotoh Persib Bandung Dalam Cybercpace Melalui Akun Media Sosial Instagram @Galeribobotoh.” Bandung: Universitas Komputer Indonesia

Jurnal :

Mawarti, Sri. 2018. “Fenomena Hate Speech Dampak Ujaran Kebencian”. Dalam Jurnal Toleransi: Media Komunikasi umat Beragama. Vol. 10 No. 1, Januari – Juni 2018.

Jubany, Olga., & Roiha, Malin. 2015. Backgrounds, Experiences, and Responses to Online Hate Speech : A Comparative Cross-Country Analysis. Spain: Universitat de Barcelona.

Arif, M. C. 2012. Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual. Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. 2, No. 2, Oktober 2012 (ISSN: 2088-981X).

Internet :

Rusnika, Mela. 2018. Ujaran Kebencian Dalam Potret Media. (<https://www.quireta.com/post/ujaran-kebencian-dalam-potret-media>). Diakses pada 29 Maret 2019.

Studinews. 2015. 8 Pengertian Internet Menurut Para Ahli Lengkap. (https://www.studinews.co.id/2015/12/8-pengertian-internet-menurut-para-ahli_27.html) Diakses pada 2 April 2019.

Hutagaol, Sarah. 2019. Berapa Jumlah Hoaks & Ujaran Kebencian dari 2017-2018?. (<https://news.okezone.com/read/2019/01/15/337/2004711/berapa-jumlah-hoaks-ujaran-kebencian-dari-2017-2018-berikut-datanya>). Diakses pada 29 Maret 2019.

Twitter, Inc."Company". (<https://about.twitter.com/id/company>). Diakses pada 2 April 2019.

Twitter, Inc."Help". (<https://help.twitter.com/id/using-twitter/retweet-faqs>). Diakses pada 16 Juli 2019.