

ANALISA PERILAKU “*POLITICAL FLAMING*” DALAM KOLOM KOMENTAR PEMBACA PADA PEMBERITAAN TOKOH POLITIK

Melisa Indriana Putri

Universitas Pertamina

JL. Jalan Teuku Nyak Arief, Simprug, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

E-mail: melisaiputri@gmail.com

***Abstract:** Indonesia re-entered the new round of politics in 2018–2019. The vibrant political atmosphere is also reaching the public spaces, both in mass media and in online media. Although they often encounter differences due to the different political choices they face, audiences who have face-to-face discussions have the opportunity to clarify different conversational biases. However, many are discussing in the digital space, where it has the potential to cause a lot of message biases. The problem is political flaming often accompanies opinion bias. This study aims to find the characteristics of political flaming against Cak Imin since he runs as Vice President Jokowi unilaterally. Another goal is to see the attributes of the platform used in political flaming through content analysis approach. The results of this study show that political flaming against Cak Imin has a subtle tendency and jokes. The use of cultural elements is not intended as an expression of intolerance.*

Keywords: political flaming, reader comments, online media

***Abstrak:** Tahun 2018 menjadi babak baru tahun politik di tanah air. Suasana politik yang kian semarak dan panas pun turut terbawa ke ruang-ruang publik, baik di media massa maupun di kanal-kanal digital. Perbedaan pendapat sering mereka temui lantaran perbedaan pilihan politik. Khalayak yang berdiskusi tatap muka berkesempatan untuk mengklarifikasi bias-bias percakapan yang menimbulkan konflik. Hal tersebut tidak dapat diatasi oleh mereka yang berdiskusi di ruang-ruang digital. Masalah atas kondisi tersebut adalah bias pendapat yang ada sering diiringi dengan tindakan political flaming yang bersifat negatif dan merugikan lawan komunikasi di ranah digital. Melihat hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menemukan karakteristik political flaming terhadap Cak Imin karena pencalonannya secara sepihak sebagai Cawapres Jokowi. Tujuan lainnya adalah untuk menemukan karakteristik platform yang digunakan melalui pendekatan analisis isi deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa political flaming terhadap Cak Imin didominasi oleh ejekan dan diselingi dengan humor. Penggunaan unsur kultural tidak ditujukan sebagai ekspresi intoleransi.*

Kata kunci: political flaming, komentar pembaca, media online

Pendahuluan

World Wide Web hadir sebagai media siber yang mudah diakses secara masif sejak pertengahan tahun 1990-an. Sejak saat itu, internet menjelma sebagai media baru yang terkadang beririsan dengan media massa (Stacks & Salwen 2009: 389). Internet menjadi harapan baru dalam wajah jurnalisme Indonesia melalui jurnalisme online. Dalam konteks Indonesia, jurnalisme online pertama kali dilahirkan oleh surat kabar bernafaskan Islam, *Republika*, pada tahun 1995 dan diikuti oleh *tempointeraktif.com* pada tahun 1995. Pergerakan internet semakin cepat setelah berakhirnya masa jabatan Soeharto pada tahun 1998 yang saat itu juga hampir bersamaan dengan lahirnya *KEMPLANG.com* (Nugroho, Siregar & Laksmi 2012: 85).

Perkembangan jurnalisme online juga diimbangi oleh penggunaannya di Indonesia yang cenderung mengejar media alternatif dan perlahan meninggalkan media arus utama (Abrar 2011, p. 68-69). Pada akhirnya, berita dalam versi digital menjadi primadona baru yang mulai meluas pada tahun 2000. Hingga saat ini, tren media online tersebut semakin meluap, bahkan setiap media konvensional juga membuat versi digital-nya, seperti *jawapos.com* milik Jawa Pos, *kompas.com* milik Kompas, *okezone.com* milik MNC Group, dan lain-

lain (Nugroho, Siregar & Laksmi 2012: 88).

Kompas.com banyak menjadi perhatian karena sebelumnya telah memiliki nama besar melalui grup medianya. *Tribunnews.com* dan *tempo.co* turut berkejaran dengan *kompas.com* sebagai media online yang paling banyak diakses oleh pembaca. Saat ini *kompas.com* mampu menggapai angka 2.99 untuk total *page per view*-nya (Alexa, 2018). Hal ini karena portal-portal berita online tersebut menjanjikan kecepatan informasi dan tampilan yang lebih sederhana.

Selain itu, *kompas.com* juga menyediakan fasilitas bagi para pembacanya untuk memberikan komentar pada masing-masing berita dengan cara mendaftar dan selanjutnya *log in* melalui akun masing-masing pembaca. Dengan cara tersebut, para pembaca berita *kompas.com* dapat memberikan komentar sebagai bentuk ekspresi atas berita yang telah mereka konsumsi. Namun, kemudahan pemberian komentar berita tersebut berpotensi menimbulkan kebebasan berekspresi yang berlebihan yang dapat berwujud kata-kata kasar yang mengarah pada ujaran kasar atau flaming yang turut pula mencakup perbuatan ujaran kebencian yang terjadi di dunia maya.

Kemudahan dan kebebasan dalam mengemukakan pendapat di muka publik terkadang diiringi pula oleh keresahan tentang polemik kebebasan tentang apa saja yang diperkenankan dan sejauh mana kebebasan tersebut dipergunakan. Kebebasan tersebut seharusnya diimbangi dengan perlindungan hak publik atas konten yang sekiranya mengandung unsur ekspresi tidak bertanggung jawab pembuatnya (Syahputra 2013: 25-26).

Keran demokrasi Indonesia terkadang menawarkan dilema di tengah adanya kebebasan berekspresi dan keablasan berekspresi dengan melupakan etika. Selaput di antara keduanya kian tipis. Keduanya pun terkadang memposisikan kemerdekaan berpendapat dan Hak Asasi Manusia sebagai pembenar bagi semua tindakan tersebut. Permasalahan kebebasan berpendapat yang terlalu brutal sepatutnya tetap diimbangi oleh fungsi pengawalan terhadap hak-hak warga negara, yakni mengamankan hak-hak pribadi warga negara (McQuail 2005: 185-186; Susanto, Makarao & Syamsudin 2010: 41).

Potensi adanya *flaming* di media digital tentunya menjadi ancaman bagi banyak pihak. Oleh karenanya, pemerintah telah menyiapkan beberapa regulasi yang dapat digunakan sebagai upaya preventif dan penjatuhan sanksi bagi perbuatan tersebut. Pasal 27-28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi

dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menyebutkan pelarangan mengenai pendistribusian dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan; perjudian; penghinaan dan/atau pencemaran nama baik; pemerasan dan/atau pengancaman; penyebaran berita bohong berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik; serta menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA). Melalui berbagai pelarangan tersebut, *flaming* yang dilakukan oleh pembaca dalam bentuk digital pun turut diancam dapat dikenai tindak pidana (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia, 2008).

Berbagai tindakan *flaming* yang pernah terjadi sejak beberapa tahun belakangan cenderung menaikkan isu ras dan agama. Pelakunya rata-rata memainkan *flaming* dan *hoax* secara bersamaan. *Flaming* yang selama ini terjadi di Indonesia sebagian telah diusut oleh kepolisian dan digolongkan ke dalam kejahatan siber dengan delik aduan berupa ujaran kebencian. Ajun Komisaris Besar

Polisi Purnomo Hadi Suseno menjelaskan bahwa rata-rata kejahatan siber di Indonesia terjadi dalam bentuk ujaran kebencian yang berdekatan dengan tahun-tahun politik yang panas. Kasus ujaran kebencian tersebut mengalahkan kasus kejahatan siber lainnya, seperti penipuan online, dan mengunggulinya sebesar 80% (Haryanto, 2017).

Polisi beberapa kali menangkap warganet yang dianggap melanggar hukum terkait perbuatan *flaming* di media digital. Sejumlah polisi pernah mendatangi rumah Yhunie Rhasta di Kelurahan Pasir Putih, Kabupaten Bungo, Jambi pada 31 Mei 2017. Polisi membawa Yhunie Rhasta ke Mapolres Bungo untuk mengusut unggahan Yhunie Rhasta di media sosial yang berbunyi sebagai berikut, “*Polisi kmpng gilo kmpret Pling mlz brusan dngn polisi.*” Yhunie Rhasta dikenakan Pasal 45 ayat 1 UU ITE dengan ancaman kurungan enam tahun penjara atau denda maksimal 1 miliar rupiah (Isnaeni, 2017).

Kasus lainnya juga terjadi pada seorang warganet yang tidak mampu mengendalikan emosi dan tutur katanya di akun media sosial-nya. Seorang mahasiswi yang bernama Florence Sihombing menuliskan berbagai kata di akun media sosialnya yang dapat dianggap sebagai hinaan untuk Yogyakarta dan seisinya pada Agustus 2014. Florence Sihombing saat itu mengunggah ujaran seperti “*Apalah Jogja*

ini tanpa UGM,” yang dilanjutkan dengan “*Jogja membosankan.*” Florence Sihombing juga masih melanjutkan unggahannya dengan menuliskan kalimat-kalimat seperti “*Jogja sucks,*” ataupun “*Oh Sultan, mengertilah, Jogja-mu terlalu membosankan.*” Florence Sihombing kemudian divonis hukuman 2 bulan penjara dan masa percobaan selama 6 bulan oleh Pengadilan Negeri Kota Yogyakarta serta dikenai denda sebesar 10 juta rupiah subsidi 1 bulan penjara (Isnaeni, 2017).

Kasus lainnya juga terjadi pada tahun 2014 di Yogyakarta. Ervani Emi Handayani menuliskan curahan hatinya pada media sosial dengan kalimat “*Iya sih Pak Har baik, yang nggak baik itu yang namanya Ayas dan spv lainnya. Kami rasa dia nggak pantas dijadikan pimpinan Jolie Jogja Jewellery. Banyak yang lebay dan masih labil seperti anak kecil!*” Ervani Emi Handayani selanjutnya ditetapkan sebagai tersangka kasus pencemaran nama baik dan pelanggaran Pasal 45 ayat 1 dan Pasal 27 ayat 3 UU ITE dengan tuntutan 5 bulan penjara dan masa percobaan 10 bulan (Isnaeni, 2017).

Perbuatan *flaming* biasanya akan kian merebak pada saat kondisi politik sedang panas. Tahun-tahun politik rawan dipenuhi oleh berbagai peperangan emosi di media sosial dan media online. Amnesty Internasional menyebutkan bahwa ujaran kebencian sebagai bentuk political flaming

dapat berwujud isu gelap kebangkitan PKI di Indonesia. Kedua, ujaran kebencian berbasis sentimen agama yang mulai menguat sejak Pilkada DKI 2017. Ketiga, ujaran kebencian bernada intoleransi yang terjadi sejak Pemilu Presiden 2014. Pada saat itu, terdapat sejumlah pihak yang tidak bertanggung jawab yang menuliskan iklan yang berjudul “*rest in peace' Jokowi.*” Di dalamnya, Jokowi disebutkan telah meninggal dunia pada 4 Mei 2014 dengan menambahkan nama Ir. Hambertus Joko Widodo dan Oey Hong Liong. Tersapat pula isu lain yang menyebutkan Prabowo Subianto memiliki gangguan kejiwaan atau psikopat. Semua *flaming* tersebut beredar di dunia maya secara digital dalam konteks politik (Purbolaksono, 2018).

Amnesty Internasional Indonesia memprediksi bahwa ujaran kebencian masih akan terjadi pada 2018-2019. Hal tersebut terjadi karena pada tahun-tahun tersebut iklim politik Indonesia kembali memanas seiring dengan Pilkada 2018 dan Pilpres 2019. Amnesty Internasional Indonesia menambahkan bahwa ujaran kebencian dapat digunakan sebagai salah satu strategi kampanye hitam untuk merugikan lawan politik (Purbolaksono, 2018).

Namun, masalah lainnya, *political flaming* turut berperan dalam menyulut perpecahan bangsa. Ujaran kebencian sebagai *political flaming* membuat

masyarakat mudah terhasut dan dapat merusak tatanan kehidupan dalam berbangsa dan bernegara yang dapat mengerucut pada disintegrasi bangsa. Ujaran kebencian menjauhkan masyarakat Indonesia dari kehidupan berbangsa yang harmonis, aman, dan damai dalam bingkai kebhinekatunggalikaan (Retnaningsih 2015: 12).

Selain menimpa kepada pasangan capres-cawapres pada Pemilu 2014 dan pasangan cagub-cawagub pada Pilkada DKI Jakarta 2017, *political flaming* juga dapat dialami oleh tokoh-tokoh politik lainnya yang sedang menjadi sorotan seiring dengan perhelatan kontestasi politik 2018-2019. Salah satu tokoh politik yang pada masa ini sedang disorot adalah Muhaimin Iskandar atau Cak Imin yang menjabat sebagai Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa. Cak Imin tengah ramai diperbincangkan sejak dipasangnya baliho di berbagai kota sejak akhir tahun 2017 yang menampilkan sosok Cak Imin sebagai Calon Wakil Presiden 2019 (Soaedy, 2018).

Sementara, Jokowi yang telah dideklarasikan sebagai Calon Presiden 2019 meminta Cak Imin hadir pada acara peresmian kereta bandara Soekarno-Hatta pada awal 2018. Selain itu, nama Cak Imin juga kerap terlihat di dunia maya. Cak Imin sempat beberapa kali membuat heboh jagat Twitter dengan munculnya *trending topic*

melalui “KALAU CAK IMIN CAWAPRES 2019,” dan “Cak Imin.” Momentum-momentum tersebut membuat sosok Cak Imin semakin diamati, bahkan Namanya turut muncul dalam beberapa survey politik. Nama Cak Imin memperoleh prosentase 0.2% dalam bursa Cawapres 2019 di antara 11 nama lainnya berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh Indo Barometer. Lembaga survey yang sama juga menunjukkan bahwa nama Cak Imin dapat meraup 0.2% suara ketika masuk Bursa Capres 2019 di antara 15 nama lainnya. Hasil survey dari lembaga lainnya, Poltracking Indonesia, menunjukkan bahwa Cak Imin memperoleh suara 0.5% dalam bursa Capres 2019 dan bersaing dengan 9 kandidat lainnya (Indo Barometer, 2017; Poltracking Indonesia, 2018; Soaedy, 2018).

Meskipun pihak Jokowi belum mengumumkan secara resmi pendamping politiknya, Cak Imin telah mendirikan banyak posko bernama JOIN, yakni akronim dari Jokowi-Muhaimin (Soaedy, 2018). Terlepas dari apakah yang dilakukan oleh Cak Imin adalah *political gimmick* ataukah bukan, keberadaan Cak Imin sebagai perwakilan dari sebuah partai besar Islam dikhawatirkan dapat menimbulkan respon-respon negatif yang mengarah kepada sentimen agama atau kelompok tertentu.

Cak Imin juga mendapat perhatian dari media yang ditunjukkan oleh banyaknya kata kunci “Cak Imin” yang dilekatkan dengan “Cawapres” dan “Pilpres 2019.” Terdapat 317 indeks berita dengan kata kunci “Cak Imin Cawapres” dan 280 indeks berita dengan kata kunci “Cak Imin Pilpres 2019” pada kompas.com. Jumlah indeks berita yang banyak tersebut diiringi dengan jumlah komentar pembaca yang juga banyak. Angka tersebut mengungguli jika dibandingkan dengan media online lainnya yang juga memberitakan tentang Cak Imin. Berdasarkan sejumlah permasalahan yang telah dibahas terlebih dahulu pada bagian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan seputar hal berikut:

1. Bagaimana karakteristik perilaku *political flaming* yang ditujukan kepada Cak Imin di kolom komentar berita kompas.com?
2. Bagaimana karakteristik platform media, khususnya kompas.com, sehingga dapat memunculkan *political flaming*?

Peneliti menganggap hal tersebut penting untuk diketahui agar masyarakat mampu mengenali tindakan seperti apa yang dianggap sebagai *political flaming* dan bagaimana konsekuensi yang akan terjadi. Selain itu, peneliti juga bermaksud agar media sebagai pihak yang turut menyediakan platform atas tindakan *political flaming* turut mengupayakan

perbaikan teknologi dari sisi teknis agar tidak semakin memupuk *political flaming*.

Selama ini berbagai media sosial telah menjadi rumah penampungan bagi penyebaran perilaku *political flaming*. Media online menjadi kanal alternatif yang diharapkan tidak menjadi lokasi penyebaran *political flaming* tersebut mengingat diperlukan usaha yang lebih besar bagi penggunanya untuk dapat berkomentar. Hal tersebut terlihat dari beberapa langkah yang disyaratkan kepada pengguna setiap kali hendak berkomentar di kolom komentar berita online.

Political flaming dimaknai sebagai segala tindakan yang dilakukan dengan sengaja ketika melakukan suatu ujaran yang dianggap merugikan bagi pihak lainnya. Ujaran-ujaran tersebut ditandai dengan kata-kata tidak senonoh, kecabulan, ejekan, ketidaksopanan, ekspresi permusuhan, ekspresi menyerang, Bahasa yang keras, dan penghinaan. *Political flaming* dapat membangkitkan ketidakpercayaan, kemarahan, dan emosi negatif lainnya ketika dibaca atau diketahui oleh orang lain, baik pihak yang dituju maupun pihak lainnya yang tidak memiliki keterkaitan. *Political flaming* juga dapat menimbulkan tuntutan hukum bagi pelakunya. *Political flaming* dipertimbangkan sebagai sesuatu yang memiliki dampak besar karena konten yang dihasilkan sangat mudah untuk

disebarluaskan kepada berbagai pihak (Alonzo & Aiken 2002: 205; Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1204).

Perilaku pembaca yang demikian dinaungi oleh suatu konsep besar dalam kajian *Computer Mediated Communication* (CMC) yang mendalami bagaimana bentuk komunikasi manusia diperantarai oleh teknologi digital, seperti komputer ataupun telepon seluler. CMC turut merubah perilaku manusia dalam berikirim pesan. Hal tersebut dipengaruhi salah satunya oleh bagaimana pengembang teknologi memasukkan fitur pesan atau komentar ke dalam sistem komunikasi yang dirancang khusus untuk mendukung dan meningkatkan fungsi tersebut. Pembaca menggunakan media online dan memanfaatkannya melalui beragam fitur digital guna menciptakan kesan dan mengevaluasi pengguna lainnya. Para pembaca tersebut mempertimbangkan pengguna mana yang dapat dipercaya, atau pengguna mana yang dapat mereka respon secara online pada kolom diskusi maupun kolom komentar (Severin & Tankard 2005: 462; Walther 2011: 443-444).

Ada banyak metodologi yang digunakan dalam mempelajari CMC dan interaksi sosial. Dalam skala besar, CMC merincikan apa yang dilakukan oleh manusia ketika sedang online dan apa yang mereka utarakan terhadap orang lain di dunia maya. Perbedaan antarmuka

pengguna pun turut mendapat dalam kajian interaksi antarpersonal secara online ini. Sayangnya, orang-orang cenderung menganggap media online sebagai ruang yang dangkal dan sepele dalam menciptakan respon secara virtual (Walther 2011: 443).

Dalam konteks aktivitas pembaca berita kompas.com yang dapat memberikan respon isi berita dan termediasi oleh *platform* berita online, Walther mengarahkan CMC tersebut pada tataran komunikasi impersonal yang dimediasi oleh media online. Teori CMC dapat digunakan sebagai alat untuk melihat berbagai fenomena manusia ketika berperilaku di dunia maya dalam konteks komunikasi impersonal, yakni *Lack of Social Context Cues Theory* dan *The Social Identity Model of Deindividuation Effects*. *Lack of Social Context Cues Theory* merupakan hasil pemikiran lanjut dari *Social Presence Theory* yang berasumsi bahwa media komunikasi yang berbeda juga memiliki kemampuan yang berbeda dalam menampilkan pesan non-verbal sebagai pelengkap dari pesan verbal. Semakin sedikit sistem isyarat yang mampu disediakan oleh suatu platform maka semakin sedikit pengalaman pengguna yang bersifat hangat (Walther 2011: 445).

Hal tersebut menyebabkan semakin sedikit konten sosio-emosional yang dapat diterjemahkan oleh suatu *platform*.

Pandangan teori tersebut kemudian dikerucutkan oleh *Lack of Social Context Cues Theory* yang lebih fokus pada bagaimana CMC dapat menghambat pertukaran isyarat pada perilaku antar individu yang secara normal dapat terjadi pada saat tatap muka. Teori ini juga menyebutkan bahwa CMC berpotensi meniadakan proses adaptasi manusia terhadap karakter-karakter individu lainnya, seperti karisma, dominan, afeksi, dan karakter lainnya yang dapat ditangkap oleh individu dalam komunikasi tatap muka. Kurangnya isyarat non-verbal dapat mendorong pengguna untuk hanya mengedepankan kekuatan argumen dalam berinteraksi. Kurangnya isyarat non-verbal juga memicu orang-orang yang menggunakan media online menjadi egois dan resisten terhadap pandangan orang lain, memiliki naluri menyerang, dan karakter negatif lainnya (Walther 2011: 446-447).

Selanjutnya, asumsi tersebut mengarah pada bagaimana pengguna *platform* tertentu pada akhirnya dapat berperilaku deindividuiasi dan mengabaikan norma. Perilaku deindividuiasi tersebut dapat ditunjukkan melalui tidak jelasnya identitas bahkan penyamaran. Kondisi anonim seseorang di dunia maya menyebabkan kurangnya kesadaran tentang siapa mereka sebagai individu selayaknya di dunia nyata yang memfasilitasi deindividuiasi. Hal tersebut menyebabkan

kurangnya perhatian untuk evaluasi diri, yang memungkinkan individu untuk bertindak dengan mengabaikan norma-norma kemasyarakatan dan tingkah laku (Chang 2008: 2, 6; Walther 2011: 446-447).

Teori kedua, yakni *The Social Identity Model of Deindividuation Effects* atau model SIDE merupakan evolusi lanjut dari *Lack of Social Context Cues Theory*. Model SIDE berfokus pada dua faktor utama yang menjadi landasan perilaku individu di dunia maya, yakni (1) visual anonymity, (2) tipe identifikasi, dan (3) agresi reaktif. Visual anonymity terjadi ketika pengguna CMC mengirimkan pesan kepada pengguna lainnya dalam bentuk teks (baik dalam pesan instan yang real time maupun berbagai jenis pesan lainnya yang diterima secara tertunda). Ketika antar sesama pengguna CMC tidak dapat bertatap muka secara langsung satu sama lain maka mereka tidak saling beradaptasi dengan karakter diri masing-masing (Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1204-1205; Walther 1996: 7-8; Walther 2011: 450).

Visual anonymity juga menuntun pada deindividuasi atau kehilangan perhatian pada eksistensi orang lain sebagai sosok manusia lain yang patut diperhatikan. Ketika pengguna CMC telah berada pada kondisi deindividuasi maka hadirilah faktor kedua, yakni tipe identifikasi. Tipe

identifikasi menjelaskan bagaimana pengguna CMC pada akhirnya menyesuaikan diri dengan kategori atau kelompok sosial yang terlihat menonjol. Hal ini menyebabkan pengguna CMC dapat menyesuaikan dengan dinamika kelompok, seperti bahasan kelompok ataupun sudut pandang kelompok. Pengguna CMC juga akhirnya bersedia menyamakan persepsi diri terhadap persepsi umum dalam kelompok. Oleh karenanya, seorang pengguna CMC dapat saja sangat menyukai sudut pandang pengguna lainnya. Namun, pengguna CMC juga dapat sangat tidak menyukai argumen pengguna lainnya (Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1204; Walther 2011: 450-451).

Selain itu, faktor ketiga, agresi reaktif juga turut memiliki peran dalam mendorong pengguna CMC dalam berkata kasar dan terpancing untuk bermusuhan. Hal tersebut terjadi ketika seseorang menafsirkan pesan orang lain (atau niat) sebagai bermusuhan, meskipun penyampai pesan tidak berniat bersikap bermusuhan. Agresi reaktif adalah inisiasi pesan agresif atau bertindak agresif sebagai reaksi defensif terhadap ancaman yang dirasakan (Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1205). Segala teori tersebut akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisa bagaimana karakteristik perilaku political flaming yang ditujukan kepada Cak Imin di kolom komentar berita kompas.com; menganalisa

bagaimana karakteristik *platform* kompas.com, sehingga dapat memunculkan *political flaming*; serta untuk menganalisa bagaimana kesiapan *platform* kompas.com dalam mereduksi *political flaming*.

Metode Penelitian

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Tipe penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan situasi dan peristiwa tertentu yang telah diteliti. Tipe penelitian deskriptif kualitatif juga juga mampu digunakan untuk menganalisa pesan-pesan yang tampak atas sebuah dokumen (Babbie 2011: 95, 96; Bungin 2004: 144-147). Dalam konteks penelitian ini, peneliti hendak memberikan deskripsi mendalam mengenai praktik *political flaming* pada kolom komentar berita yang dilakukan oleh para pembaca tema berita “Cak Imin Cawapres” dan “Cak Imin Pilpres 2019” di laman berita kompas.com. Analisis isi pada penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan karakteristik pesan berupa komentar pembaca berita yang terdapat pada kolom berita kompas.com. Setelah menemukan karakteristik komentar pembaca, peneliti kemudian mencari karakteristik *platform* berita yang memungkinkan karakteristik pesan tertentu dapat muncul (Eriyanto 2011: 32-22).

Sumber Data

Jenis data kualitatif dapat berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, atau tindakan-tindakan (Sugiyono 2008: 37). Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer. Data primer memuat hasil temuan peneliti yang diperoleh melalui penggalian data secara langsung oleh peneliti dalam bentuk komentar pembaca yang peneliti temukan pada kolom komentar berita online di kompas.com dengan fokus tema berita pada “Cak Imin Cawapres” dan “Cak Imin Pilpres 2019” (Sugiyono 2008: 82).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi konten berita dengan tema “Cak Imin Cawapres” dan “Cak Imin Pilpres 2019” pada lama kompas.com beserta keseluruhan komentar pembacanya.

Unit Analisis Penelitian

Terdapat 317 indeks berita dalam kata kunci “Cak Imin Cawapres” dan 280 indeks berita dengan kata kunci “Cak Imin Pilpres 2019” pada kompas.com. dari sekian berita tersebut, terdapat 169 komentar di kolom komentar berita-berita tersebut. Peneliti fokus untuk menganalisa isi komentar berita yang ditulis oleh para pembaca berita tersebut, bukan berita online yang disajikan oleh medianya. Selain konten komentar, peneliti juga akan mengamati tampilan komentar pembaca dan tampilan platform media tersebut.

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan ketentuan pada teknik analisis pada pendekatan analisis isi, langkah pertama yang peneliti lakukan adalah merumuskan kategori-kategori terkait komentar berita yang ditemui, misalnya seperti kategori nada komentar yang bersifat negatif dan cenderung *flaming*, komentar yang bersifat netral, ataupun komentar yang bersifat positif.

Peneliti juga mengerucutkan pada kategori karakteristik *flaming* dengan membuat sub-kategori, berupa flaming dalam hal apakah komentar tersebut disampaikan. Sub-kategori karakteristik *flaming* tersebut misalnya *flaming* melalui kata-kata cabul, ejekan, hinaan, ekspresi intoleransi, penistaan, ataukah fitnah. Kategori ketiga adalah kategori terkait karakteristik respon yang dihasilkan oleh pembaca lainnya yang telah membaca komentar sebelumnya dari pembaca lainnya. Kategori tersebut terbagi dalam reaksi negatif maupun emosi positif. Keseluruhan kategori tersebut diolah dalam lembar koding secara terpisah dan hasilnya akan dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian.

Selain itu, untuk menjawab pertanyaan penelitian lainnya, peneliti juga akan menganalisa tampilan akun pembaca yang telah berkomentar beserta fitur kolom komentar yang telah disediakan oleh kompas.com.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 169 komentar pada kolom komentar berita online di kompas.com pada tema-tema berita "Cak Imin Cawapres" dan "Cak Imin Pilpres 2019." Peneliti melakukan analisis isi deskriptif kualitatif untuk memeriksa keseluruhan konten tersebut. Dari 169 komentar, terdapat 1,79 persen komentar yang masih memiliki nada positif; 5,95 persen berkomentar netral; dan sisanya yang merupakan komentar bernada flaming. Komentar bernada flaming memperoleh porsi terbesar, yakni 92,26 persen.

Meskipun angka 4,76 persen menjadi angka yang paling kecil, namun komentar positif yang diberikan cukup ditulis dengan serius hingga berbaris-baris seperti berikut:

"Analisisnya adalah: 1. Jika cak imin jadi wapres, mk aka nada generasi muda pertama kali yang memimpin bangsa ini 2. Sudah saatnya yg mimpin negeri ini anak muda, jgn anak tua terus...hehe 3. Cak imin itu santri, masak santri gak milih santri lagi..bukankah kalo ada kesamaan cukup ngaruh pd pilihan?"

Komentar positif tersebut ditulis oleh nama akun Nata Wakazi dan ditujukan kepada Cak Imin sebagai respon atas berita terkait.

Sementara, komentar yang netral tanpa nuansa *flaming* ataupun dukungan disampaikan oleh akun bernama Tri Kristanto seperti berikut :

“sama-sama dari nu saya lebih memilih bapak mahmud md jadi wakilnya pak jokowi...tokoh yang berpengalaman...cerdas...bersih ...dan tidak ambisius...saya yakin basis nu mendukung beliau....”

Akun lain bernama Subur Sutrisno juga menambahkan komentar netral pada berita lain seperti berikut:

“kata buya syafii, jangan pilih politisi tapi negarawan.”

Meskipun semua komentar tersebut termasuk dalam kategori komentar netral yang tidak mengandung muatan *flaming*, namun semua komentar tersebut tidak memberikan dukungan kepada Cak Imin. Komentar-komentar tersebut justru memberikan alternatif pilihan cawapres lain dengan dibalut humor ataupun berupa saran yang serius.

Ejekan Mendominasi Political Flaming pada Kolom Komentar Berita Cak Imin di Kompas.com

Komentar bernada flaming ditemukan sebanyak 88,10 persen pada penelitian ini. Jumlah tersebut menjadi jumlah yang dominan jika dibandingkan dengan nada komentar positif maupun netral. Dari jumlah tersebut, karakteristik-karakteristik komentar *flaming* dibagi ke dalam sub-kategori yakni *political flaming* yang bersifat (1) cabul, (2) ejekan, (3) hinaan, (3) intoleransi, (4) penistaan, serta

(5) fitnah. Fitnah dan intoleransi tidak ditemukan atau bernilai nol persen. Kata-kata cabul berjumlah 0,63 persen, yang diikuti dengan penistaan sebanyak 6,92 persen. Sedangkan hinaan dan ejekan masing-masing secara berurutan berjumlah 13,84 persen dan 78,62 persen.

Kata-kata cabul tersebut muncul melalui komentar berikut “mimpi basah,” yang disampaikan oleh akun bernama Andrew Josian. Komentar tersebut secara literal tidak memiliki kaitan pada konteks berita yang ditulis oleh kompas.com. Komentar cabul Andrew Josian tersebut berada pada sebuah berita berjudul “PKB: Pak Jokowi Cukup Tertarik dengan Cak Imin sebagai Cawapres.” Ketika komentar “mimpi basah,” tersebut disandingkan dengan konteks berita yang membahas bagaimana pernyataan Ketua DPP PKB meyakini ketertarikan Jokowi untuk bersanding dengan Cak Imin pada Pilpres 2019 kelak maka ditemukan makna bahwa Andrew Josian menganggap pernyataan Ketua DPP PKB adalah sesuatu yang bagus namun tidak terjadi di dunia nyata.

Selanjutnya, *political flaming* dalam bentuk hinaan menempati posisi dominan kedua. Meskipun komentar-komentar yang hadir pada kolom komentar pembaca tersebut pun cenderung tajam, namun terdapat perbedaan yang signifikan atas perbuatan yang dianggap sebagai ejekan, hinaan, penistaan, ataupun fitnah. Pasal

310-320 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) mendefinisikan bagaimana yang dimaksud perbuatan menghina, menistakan, ataupun memfitnah. *Political flaming* dalam sub-kategori menghina pada penelitian ini merujuk pada penghinaan ringan yang diatur pada Pasal 315 KUHP bahwa tindakan menghina adalah perbuatan yang dilakukan di tempat umum berupa kata-kata makian yang bersifat selain “menuduh suatu perbuatan.” Komentar berita yang mengandung unsur kata-kata makian, kata-kata kasar atau kotor seperti “anjing”, “asu”, “sundel”, “bajingan,” dan sebagainya termasuk dalam kategori menghina (Hukum Online, 2013; Moeljatno 2007: 115; Rentjoko, 2013).

Akun bernama Sanny Kenzt menyatakan, “*maaf minim prestasi, rugi kalau milih orang ini.*” Komentar menghina lainnya adalah “*napsu besar,.....*,” disampaikan oleh Diandra Mayarezatyas Fortuna Putri dan “*gak payu kowe min,*” yang ditulis oleh akun bernama Adhi Satya Beni. Hasan Alkatiri turut berkomentar “*lha wong cak imin yang ngakunya didukung 'partai besar' aja cuma jadi.... Telek minthi !.*” Iwan Tanuwidjaya juga menambahkan “*... yg ada itu anda cak mimin yg gila2an nawarin diri kayak jablay aja !*”

Akun lainnya bernama Whitesnow Pev menuliskan “*maksa banget lu min jadi cawapres, muke lu jauh... emang mayoritas rakyat seneng lihat wajah lu?*” Sebuah akun

bernama Ronaldo Messi pun menuliskan komentar “*jawabannya kok kurang berkualitas..gak nunjukin elegan dan enak didengar ya...pantas gak ya jadi cawapres...??*” Komentar-komentar hinaan tersebut memiliki karakteristik menghina hal-hal yang menyangkut pribadi Cak Imin, seperti hasrat, prestasi, pemikiran, kondisi fisik, maupun perilaku lainnya.

Selanjutnya komentar yang termasuk pada kategori *political flaming* dan sub-kategori penistaan pada penelitian ini merujuk pada Pasal 310 ayat (1) KUHP yang menjelaskan menjelaskan bahwa penistaan adalah hinaan sebagai upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk menyerang kehormatan atau nama baik orang atau pihak lainnya dengan cara menuduhkan suatu hal agar hal tersebut diketahui oleh umum. Soesilo menjelaskan bahwa kategori penghinaan memiliki penekanan pada “menuduh seseorang telah melakukan perbuatan tertentu” dengan tujuan agar tuduhan tersebut diketahui publik. Bentuk tuduhan perbuatan tidak hanya mencakup perbuatan yang melanggar KUHP namun dapat juga perbuatan-perbuatan biasa yang bersifat memalukan (Hukum Online, 2013; Moeljatno 2007: 114; Rentjoko, 2013).

Penistaan berbentuk komentar yang peneliti temukan di antaranya ditulis oleh akun bernama “cendol cendol” dengan mengatakan “*sebaiknya jangan main2 dengan muhaimin, imi bahaya besar*

mengintai, ini orang udah bau2 koruptor cuma kpk ng berani mengusut karena udah ada deal2 politik, kalau dipanggil kpk udah sering sebagai saksi, kpk ng berani mengusut orang kuat ini sebagai tersangka. Jadi saya sarankan Jokowi cari wakil yang bersih2 aja cari aman, kalau koalisi ama partainya ng apa2, ya hitung2 untuk tambah suara.” Akun lain bernama Suyento Wong dalam kolom komentar berita yang sama juga menyampaikan hal yang senada *“partai nya lupa masih ada satu lagi yang belum disebutkan yaitu pernah akan di panggil kpk terkait kemenakertrans .”*

Kedua komentar tersebut masuk ke dalam sub-kategori penistaan karena berusaha menyebutkan bahwa Cak Imin dan partainya terlibat pula dalam kasus korupsi. Akun lain bernama Teguh Ed juga menyebutkan *“cak imin ini orang hebat, gus dur saja bisa dijegal dan gak mampu mengambil pkb lagi.”* Abdul Rahman menambahkan *“belum apa2 dah bohong bro????”* Berbagai komentar tersebut memiliki kesamaan arah, yakni ketidakpercayaan publik terhadap rekam jejak Cak Imin ataupun partainya.

Sementara itu, kategori *political flaming* dan sub-kategori fitnah pada penelitian ini merujuk pada Pasal 311 KUHP. Soesilo menjelaskan bahwa perbuatan menghina yang tidak dapat dibuktikan di pengadilan, atau tidak dianggap oleh hakim, atau tidak dapat

dibuktikan kebenarannya maka tindakan tersebut dikategorikan sebagai tindakan memfitnah (Hukum Online, 2013; Moeljatno 2007: 114; Rentjoko, 2013). Pemutusan sub-kategori fitnah memerlukan persidangan terlebih dahulu sehingga peneliti menganggap bahwa sub-kategori fitnah tidak bisa digunakan pada penelitian ini.

Sedangkan perbuatan mengejek yang termasuk pada sub-kategori dominan pada penelitian pada penelitian ini tidak dijelaskan secara detil pada KUHP. Namun, Kamus Besar Bahasa Indonesia kemudian memberikan pedoman mengenai kategori perbuatan tersebut yang dibatasi pada perbuatan mengolok-olok (tertawa ataupun menyindir) untuk menghinakan. Pada berita yang sama, 3 (tiga) akun pembaca memberikan komentar bernada ejekan kepada Cak Imin. Bambang Prihadi menyatakan *“kan sudah ada baliho, spanduk dan umbul-umbul..... gimana sih...., cuma iklan tv yg belum ada..”* Tedy Purnanto pun menambahkan *“jangan terlalu ambisius agar tdk terlalu sakit jika harapannya tdk menjadi kenyataan..”* Eva Komala mengomentari dengan mengatakan *“cak imin profil manusia haus jabatan.. jauh dari standar santri.”*

Pada berita lain, akun bernama Imam Putra menyatakan *“insya Allah ada partai yg akan mengusung pak gatot kalau rakyat menghendaki beliau utk maju*

memimpin negara ini...tp beliaukan tdk seperti cak imin...beliau masih ada rasa malu utk secara terang2an menawarkan diri utk maju sbg capres/cawapres..." Netizen lain dengan nama kaun Agung Galih mengatakan *"ha ha ha... min – min... kelakuan koyok bujangan duwe pacar terus ditinggal pacar kawin sama yg lain min min... katanya politisi kok kelakuan nya melankolis kaya artis....."* akun bernama Jat 61 juga menuliskan komentar pada kolom komentar berita yang lainnya, berbunyi *"ge er banget to...cak...cak...ngebet banget persis wong beol."* Dalam berita yang sama, Maswan Setiyawan berkomentar *"preeeetttttt... pretrteorrt...knalpot pespa mu yg merdu brubah jd sendu. Ga berambisi cuman ngebet bgtttt. Baliho seharga puluhan ratusan juta tersebar diseluruh pelosok negri kok ttp ga ngaku. Pemimpin macem opo iki."* Semua komentar tersebut fokus pada anggapan bahwa Cak Imin terlalu memiliki hasrat yang besar dan memaksakan dirinya untuk menjadi cawapres yang seharusnya hal tersebut dianggap tidak patut ketika terlahir dari pribadi seorang santri.

Humor sebagai Pelengkap Political Flaming melalui Ejekan

Komentar dalam sub-kategori ejekan juga disampaikan oleh Fikri Aulia dengan gaya humor. Fikri Aulia menuliskan *"bule: who is muhaimin? Indo: muhaimin is*

kandar." Dalam urutan waktu yang bersambungan, akun lain bernama Indra Hutaeruk juga muncul dengan menuliskan *"airlangga hartanto (55 thn.) dapat dicalonkan sebagai cawapres. Kemampuannya cukup lengkap."* Komentar yang terlihat pada berita lain disampaikan oleh akun bernama Iswari Alifa yakni *"mungkin yg pantas....ketua umum ppp.....maaf...sekedat guyon ... mendinginkan suasana yg panas."*

Selain terdapat komentar ejekan, hinaan, dan penistaan dengan nada yang tajam dan nuansa kemarahan, terdapat pula beberapa komentar ejekan dengan konten humor. Komentar tersebut terkadang tidak memiliki relasi dengan konten berita-nya.

Political Flaming Bermuatan Unsur Etnis dan Agama Namun Tidak Bernuansa Intoleransi

Pada peristiwa-peristiwa sebelumnya, para warganet atau penyebar hoax memberikan komentar yang dianggap intoleransi dengan menyerang, menghina, atau mengejek agama, etnis, atau ras lainnya. Keunikan penelitian ini adalah ditemukannya komentar-komentar bermuatan kesukuan dan agama/golongan tertentu namun tidak diarahkan pada isu SARA. Sebuah akun bernama Tri Kristanto menuliskan *"sama-sama dari nu saya lebih memilih bapak mahmfud md jadi wakilnya pak jokowi...tokoh yang*

berpengalaman...cerdas...bersih... dan tidak ambisius...saya yakin basis nu mendukung beliau... .” Akun lainnya bernama Bangbang Irwanto turut menuliskan “*gpp nyalonin tapi gw kagak bakalan pilih lo meskipun gw orang jawa.*” Penggunaan kata kunci-kata kunci seperti “NU”, “Jawa”, ataupun “santri” pada konteks ini merujuk pada agama, budaya, dan suku tertentu namun diikuti dengan nada ketidakpercayaan terhadap sosok Cak Imin secara individu. Penulis komentar tidak lantas mengasosiasikan agama, budaya, dan kesukuan tersebut dengan pemberian label negatif pada subjek-nya secara langsung. Pelabelan negatif terhadap Cak Imin berhasil dipisahkan dari label agama, budaya, dan kesukuan-nya.

Anonimitas Akun dan Ketiadaan Pesan Nonverbal sebagai Pencetus Political Flaming

Pembaca dapat membuat akun baru KompasID atau pun *log in* dengan menggunakan akun Facebook maupun Google+. Akun tersebut dapat digunakan untuk semua layanan Kompas, termasuk Kompasiana. Setelah berhasil membuat atau *log in* dengan akun tertentu, pembaca berita dapat memberikan komentar pada kolom yang telah disediakan. Komentar yang di-*submit* pada kolom tersebut akan langsung muncul tanpa dimoderasi terlebih dahulu oleh sistem kompas.com.

Kompas.com tidak memberikan peraturan yang rumit bagi para pembacanya yang ingin menyantumkan komentar. Kompas.com hanya menuliskan *disclaimer* singkat yang berisi “Komentar sepenuhnya menjadi tanggung jawab komentator seperti diatur dalam UU ITE.”

Pembaca yang berhasil mengunggah komentarnya dapat langsung melihat komentar tersebut dalam tampilan sebagai berikut:

Gambar 1. Tampilan Komentar Pembaca pada kompas.com



Akun pembaca yang berhasil ditampilkan pada kolom komentar tersebut sebagian besar tidak disertai dengan foto. Bahkan, akun-akun tersebut tidak memiliki tautan yang dapat digunakan untuk mengecek profil akun tersebut. Pemilik akun juga dengan mudah dapat memilih berbagai nama seperti yang mereka kehendaki. Hal-hal tersebut sangat menguatkan sifat anonimitas akun komentator dan terkait erat dengan *visual anonymity* dalam CMC.

CMC menjelaskan bahwa teks yang dikirimkan oleh para pengguna yang tidak bertatap muka secara langsung dapat memicu deindividuasi dan acuh terhadap norma sosial. Kondisi anonim para komentator tersebut menyebabkan

kurangnya kesadaran tentang siapa mereka sebagai individu selayaknya di dunia nyata. Anonimitas juga memicu pemilik akun anonim untuk berbicara secara agresif. Hal-hal yang sebelumnya dianggap tabu untuk dikemukakan di ruang publik menjadi hal yang dengan mudah ditumpahkan dan diluapkan (Chang 2008: 2, 6; Ess 2009: 114-119; Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1204-1205; Walther 1996: 7-8; Walther 2011: 450; Razak 2000: 139).

Media baru memungkinkan agar identitas seseorang dapat dimanipulasi sehingga pembaca yang memberikan komentar dapat memiliki identitas buatan. Aktivitas dalam ruang siber ini pun juga dapat memunculkan berbagai kompleksitas yang tidak ditemui dalam bentuk komunikasi lainnya. Selain karena adanya akun yang bersifat anonim, kurangnya pesan non-verbal juga mempengaruhi relasi yang hangat antar pengguna. Seorang komentator dengan nama akun Iswari Alifa menambahkan keterangan bahwa dirinya sedang bercanda dengan mengatakan hal berikut “...maaf...sekedar guyon ... mendinginkan suasana yg panas.” Pada akhirnya, setiap komentar yang tidak dilengkapi dengan isyarat khusus akan terbaca sebagai sesuatu yang lugas dan cenderung ketus yang mengarah pada persepsi negatif atas penerimaan pesan

(Danesi 2010: 212; Flew 2005: 101; Walther 2011: 445-447).

Identifikasi Komentar Ejekan dan Humor melalui Tampilan Susunan Kolom Komentar

Kolom komentar pembaca kompas.com dikemas secara *drop down list* atau bersusun ke bawah yang menyebabkan interaktivitas *user-to-user* atau *user-to-documents* yang membuat komentar akun lain dapat terbaca oleh pengguna lain yang akan memberikan komentar barunya. CMC melalui Tipe Identifikasi pada *Lack of Social Context Cues Theory* menjelaskan bagaimana pengguna CMC pada akhirnya menyesuaikan diri dengan kategori atau kelompok sosial yang terlihat menonjol (Hutchens, Cicchirillo & Hmielowski 2014: 1204; Walther 2011: 450-451).

Hal ini menyebabkan penulis komentar pada kolom komentar tersebut memberikan komentar-komentar dengan tipe yang sama dengan komentar-komentar yang telah terlebih dahulu diunggah oleh pengguna lain. Seorang komentator cenderung akan berusaha menyesuaikan sudut pandang-nya dengan para komentator lain yang komentarnya telah dibacanya. Kategori komentar yang berhasil diidentifikasi dan kemudian ditulis kembali oleh para komentator lainnya adalah komentar yang bersifat ejekan dan humor. Pada suatu kolom komentar berita, awalnya

Eva Komala mengomentari dengan mengatakan “*cak imin profil manusia haus jabatan.. jauh dari standar santri.*” Kemudian, Tedy Purnanto pun menambahkan, “*jangan terlalu ambisius agar tdk terlalu sakit jika harapannya tdk menjadi kenyataan..*” selanjutnya, Bambang Prihadi menyatakan, “*kan sudah ada baliho, spanduk dan umbul-umbul..... gimana sih....., cuma iklan tv yg belum ada.*” Pada hasil analisa sebelumnya, ketiga komentar tersebut termasuk pada satu sub-kategori, yakni ejekan. Ketiga komentator tersebut berkomentar secara berurutan.

Terdapat pula komentar humor, yang cukup jarang ditemui pada kolom-kolom tersebut, yang teridentifikasi oleh para komentator. Awalnya, Fikri Aulia menuliskan “*bule: who is muhaimin? Indo: muhaimin is kandar.*” Pada urutan selanjutnya, Indra Hutauruk juga muncul dengan menuliskan “*airlangga hartanto (55 thn.) dapat dicalonkan sebagai cawapres. Kemampuannya cukup lengkap.*” Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa komentator dapat memberikan komentar dengan tipe yang sama dengan para pengguna sebelumnya.

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa karakteristik *political flaming* terhadap tema-tema berita “Cak Imin Cawapres”

dan “Cak Imin Pilpres 2019” di kompas.com mencakup kategori komentar cabul, penistaan, hinaan, dan didominasi oleh ejekan. Komentator juga menyelipkan komentar-komentar humor. *Political flaming* tersebut mengarah pada ide bahwa Cak Imin tidak selayaknya memiliki hasrat yang besar untuk mencalonkan diri sebagai Cawapres Jokowi karena hal tersebut tidak elok untuk seorang figur santri. Para komentator pun mengisyaratkan ketidakpercayaan pada rekam jejak Cak Imin dan partainya sehingga hal tersebut tidak mungkin untuk diwujudkan.

Pada akhirnya, *platform* yang dinikmati oleh pengguna-lah yang turut memicu para pengguna melakukan *political flaming*. Oleh karenanya, pengembang *platform* media, yang dalam hal ini adalah kompas.com, sebetulnya memiliki peran dalam merubah perilaku penggunaannya dalam berkiriman pesan dalam bentuk komentar pembaca. Kompas.com tetap menjadi pihak yang seharusnya bertanggung jawab atas sistem komunikasi yang dirancang khusus untuk mendukung dan meningkatkan fungsi berkiriman komentar tersebut.

Peneliti menyarankan agar kompas.com dapat memberikan filter terhadap penggunaan kata-kata tertentu yang masuk ke dalam kategori *political flaming*. Upaya ini dipilih oleh peneliti

karena pemberian simbol atau isyarat non-verbal menjadi sesuatu yang dilematis. Isyarat non-verbal memang dapat digunakan sebagai atribusi atas keramahan atau emosi baik pengirim pesan. Namun, hal tersebut sekaligus berisiko untuk menunjukkan kemarahan atau emosi negatif pengguna lainnya secara jelas.

Akhirnya, penulis memberikan rekomendasi teoritis bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Dari aspek pengguna, penelitian selanjutnya dapat menambahkan motivasi pengguna ketika mereka memutuskan untuk mengemukakan komentar *flaming*. *Political flaming* yang bersumber dari media digital dan kemudian menembus ruang-ruang privat juga menarik untuk diteliti. Terkait CMC, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat membahas pula mengenai bagaimana hubungan impersonal yang terjadi karena *political flaming* kemudian berubah menjadi hubungan interpersonal.

Daftar Pustaka

Buku

- Abrar, Ana Nadhya. (2011). *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Crone, Tom. (2002). *Law and the Media, Fourth Edition*. London: Focal Press.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Ess, Charles. (2009). *Digital Media Ethics: Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity.
- Flew, Terry. (2005). *New Media: An Introduction, Second Edition*. Oxford: Oxford University.
- McQuail, Dennis. (2005). *McQuail's Communication Theory, Fifth Edition*. London: Sage.
- Moeljatno. (2007). *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, Yanuar., dan Syarif, Sofie Shinta. (2012). *Melampaui Aktivisme click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Friedrich-Ebet-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia.
- Razak, Abdul. (2000). *Mass Media Laws and Regulations in Indonesia*. Singapore: Asian Media Information and Communication Centre (AMIC).
- Severin, Werner J., dan James W. Tankard. (2005). *Teori Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Stacks, Don W., Salwen, Michael B. (2009). *An Integrated Approach to*

- Communication Theory and Research, Second Edition*. New York: Routledge.
- Susanto, Edy., Makarao, Mohammad Taufik, Syamsudin, Hamid. (2010). *Hukum Pers di Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syahputra, Iswandi. (2013). *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walther, J. B. (2011). *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations*. Dalam M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.). *The Handbook of Interpersonal Communication (4th ed., hal. 443-479)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Artikel Jurnal**
- Alonzo, Mei & Aiken, Milam. (2002). "Flaming in Electronic Communication." *Decision Support Systems Journal*. Elsevier Science B.V. 36 (2004), hal. 205-213.
- Chang, Jenna. (2008). "The Role of Anonymity in Deindividuated Behavior: A Comparison of Deindividuation Theory and the Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE)." *The Pulse*. Volume 6, Issue 1.
- Hutchens, Myiah J., Cicchirillo, Vincent J., & Hmielowski, Jay D. (2014). "How Could You Think That?!?!: Understanding Intentions to Engage in Political Flaming." *New Media & Society Journal*. Sage. 2015, Vol. 17(8), hal. 1201-1219.
- Retnaningsih, Hartini. (2015). "Ujaran Kebencian Di Tengah Kehidupan Masyarakat." *Jurnal Info Singkat Kesejahteraan Sosial*. Sekretariat Jenderal DPR RI. Vol. VII No. 21, hal. 9-12.
- Walther, J. B. (1996). "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction." *Communication Research*. 23, 3-43.
- Dokumen Resmi**
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Artikel dan Berita di Internet

Alexa. (2018). Diakses melalui <https://www.alexacount.com/topsites/count-ries/ID> pada 21 April 2018.

Hukum Online. (2013). Perbuatan-perbuatan yang Termasuk Pencemaran Nama Baik. Diakses melalui <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt517f3d9f2544a/perbuatan-perbuatan-yang-termasuk-pencemaran-nama-baik> pada 22 April 2018.

Isnaeni, Nadya. (2017). 5 Status di Media Sosial Berujung Pidana. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/news/read/3029350/5-status-di-media-sosial-berujung-pidana> pada 22 April 2018.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui <https://kbbi.web.id/ejek> pada 22 April 2018.

Purbolaksono, Arfianto. (2018). Ancaman Meningkatnya Ujaran Kebencian di Tahun Politik. Diakses melalui <https://www.theindonesianinstitute.com/ancaman-meningkatnya-ujaran-kebencian-di-tahun-politik/> pada 22 April 2018.

Rafiuddin D. Soaedy. (2018). Manuver Cak Imin di Pusaran Pragmatisme Partai. Diakses melalui <http://www.jurnas.com/artikel/33073/>

[Manuver-Cak-Imin-di-Pusaran-Pragmatisme-Partai/](#)

pada 22 April 2018.

Rentjoko, Antyo. (2013). Apa Beda Penghinaan, Penistaan, dan Fitnah? Diakses melalui <https://beritagar.id/artikel/infografik/apa-beda-penghinaan-penistaan-dan-fitnah-8965> pada 22 April 2018.