

# Pengaruh Terpaan Media Akun Menfess Twitter @BLINKMF Terhadap Respon Followers Dalam Menghadapi Ujaran Kebencian Yang Ditujukan Ke Blackpink

Elisa Febri Syawalia<sup>1</sup>, Idola Perdini Putri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, febrisyawalia@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, idolaperdiniputri@telkomuniversity.ac.id

## Abstract

*This research aims to find out whether hate speech tweets on the Menfess X (Twitter) account @BLINKMF generate responses from followers or not. Researchers choose the type of research using quantitative methods. The research will be conducted through a survey in the form of a questionnaire. In testing the coefficient of determination, the  $R_{square}$  value was 97.3%. It can be interpreted that the variable exposure to hate speech against Blackpink on the Menfess X (Twitter) account (X) has an effect of 97.3% on the follower response variable (Y). In the hypothesis test, the  $t_{count}$  value was 119.621 and the  $t_{table}$  with a significance level of 0.05% was 1.965. So it can be concluded that  $t_{count} 119.621 > t_{table} 1.965$ , proving that the variable exposure to hate speech against Blackpink on the Menfess X account (Twitter) has a significant effect on followers' responses.*

*Keywords-media exposure; hate speech; Twitter; media social; response*

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tweet-tweet ujaran kebencian pada akun menfess X (Twitter) @BLINKMF mengasilkan respon pada followers atau tidak. Peneliti memilih jenis penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian akan dilakukan melalui survei dalam bentuk kuesioner. Pada pengujian koefisiens determinasi didapatkan nilai  $R_{square}$  sebesar 97,3%. Dapat diartikan bahwa variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) (X) berpengaruh sebesar 97,3% terhadap variabel respon followers (Y). Pada uji hipotesis, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  119.621 dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,965. Maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} 119.621 > t_{tabel} 1,965$ , membuktikan bahwa variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) berpengaruh secara signifikan terhadap respon *followers*.

Kata Kunci-terpaan media; ujaran kebencian; Twitter; media sosial; respon

---

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini, kini mendukung manusia untuk dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan menjadi lebih luas dan mudah. Dengan adanya perkembangan teknologi yang meluas dan bergerak dengan cepat, menjadikan kita berada di era *new media* atau era media baru. Media baru atau *new media* adalah kemajuan teknologi komunikasi yang secara historis meningkatkan jangkauan komunikasi manusia (Davey, 2010). Meluasnya jangkauan komunikasi manusia didukung dengan adanya penciptaan, pergerakan, perubahan bentuk, dan peningkatan konsumsi media.

Media sosial dinyatakan sebagai medium di internet yang membuat penggunaanya merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dan menciptakan sebuah ikatan sosial secara daring (Nasrullah R., 2017). Di Indonesia, media sosial digunakan sebagai wadah bagi masyarakatnya untuk berkumpul, berdiskusi, dan

menyampaikan pendapat sehingga topik dan perbincangan kerap muncul setiap harinya. Dari total populasi di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 277.7 juta penduduk, 167 juta diantaranya merupakan pengguna aktif sosial media.

Salah satu platform yang paling populer dan digemari di Indonesia adalah X (Twitter). X (Twitter) memungkinkan penggunanya mengirim dan menerima pesan yang disebut kicauan (*tweet*) berupa text, foto, maupun video dengan batasan maksimal 280 karakter. Fitur lain yang dimiliki X (Twitter) yaitu pengguna dapat memanfaatkan *tweet*, *trending topics*, *mentions*, *direct message*, *retweet* dan *likes*. Indonesia menempati posisi ke-6 sebagai negara dengan pengguna X (Twitter) terbanyak di dunia di tahun 2023 yaitu sebanyak 14.75 juta pengguna (Databoks Indonesia, 2023).

X (Twitter) merupakan media sosial paling banyak ke-6 yang digunakan di Indonesia dan per-bulan April 2023, Indonesia memiliki pengguna aktif X (Twitter) sebanyak 24 juta pengguna, 45.3% nya adalah perempuan, 54.7% adalah laki-laki (Data Reportal, 2023). Indonesia memiliki banyak sekali pengguna X (Twitter), maka dari itu banyak *tweet* yang diposting setiap harinya. Sejak pertama kali X (Twitter) diluncurkan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, X (Twitter) dijuluki dengan pesan singkat dari Internet. X (Twitter) menjadi media yang efektif untuk menanggapi berbagai isu (Azmi, Fathani, Sadayi, Fitriani, & Adiyaksa, 2021).

X (Twitter) yang kini memiliki sistem *automenfess*, muncullah beragam akun pada media sosial X (Twitter) ini salah satunya berbentuk *autobase mention confess (menfess)*. Istilah *Autobase* berasal dari kata “Automatic” dan “Fanbase” yang mengacu pada platform yang memungkinkan penggunanya mengajukan pertanyaan secara anonim melalui Direct Message mengenai beragam topik yang sedang terjadi (Agoestin, 2019). Keberadaan *autobase* di platform X (Twitter) ini sudah dirasakan sejak 3 tahun terakhir dan hanya ditemukan di Indonesia terakhir (Vice, 2020). Sebelum sistem *automenfess* di *autobase* ini diberlakukan, awalnya hanya dilakukan dengan sistem manual yaitu admin akun *autobase* mempublikasikan *direct message* yang dikirimkan oleh pengguna secara anonim. Namun sekarang fitur *automenfess* dapat dilakukan oleh bot atau robot yang mana akan terposting secara otomatis (Syafitri, Rullyana, & Ardiansyah, 2020). Pengguna X (Twitter) biasanya memanfaatkan fungsi fitur *automenfess* pada akun *autobase* dengan mengirimkan pesan langsung dengan menggunakan tagar atau *hashtag* yang telah dipilih oleh akun *autobase*. Setelah itu, *automenfess* yang dikirimkan pengguna akan muncul pada laman *home X* (Twitter), dimana para pengguna X (Twitter) lainnya dapat saling berinteraksi di *tweet automenfess* tersebut. Pengguna X (Twitter) dapat mendiskusikan subjek sesuai dengan basisnya dengan mengirimkan *tweet* anonim melalui akun berbasis *autobase* ini, contohnya *autobase* khusus penggemar grup tertentu untuk membahas seputar artis favorit mereka seperti Blackpink.

Akun @BLINKMF merupakan salah satu *autobase menfess* yang banyak disukai dan sering digunakan oleh pengguna X (Twitter) di Indonesia sebagai wadah untuk mendapatkan pengakuan dan keterbukaan, berdiskusi pendapat, bertukar informasi dan sebagai lahan hiburan khususnya terkait Blackpink. Hingga saat ini per-Juni 2023, akun @BLINKMF memiliki *followers* sebanyak 118.8 ribu dan telah meng-*tweet* sebanyak 53.3 ribu cuitan semenjak November 2019. Melalui akun ini, para pengguna sekaligus penggemar Blackpink berdiskusi mengenai berbagai jenis topik seputar Blackpink kepada para pengikut lainnya.

Setiap khalayak dipersilahkan untuk mengekspos apapun di media sosial. Berita yang disajikan di media sosial dapat dikomentari oleh sesama pengguna. Pada kenyataannya, bahkan dalam berita online, area berkomentar dibuat untuk pembaca yang kemudian ditanggapi oleh pengguna lainnya secara positif, negatif, dan netral (Wiana, 2019). Di media sosial, komunikasi publik menjadi salah satu saluran komunikasi. Tingginya kecenderungan masyarakat untuk melakukan ujaran kebencian disebabkan oleh sifat *openness of media* atau keterbukaan informasi di media sosial. Hal itu menyebabkan hubungan antara penulis dan pembaca *autobase menfess* @BLINKMF menjadi bersifat timbal balik dan mudah untuk saling menanggapi baik secara positif maupun negatif.

Melihat beragam ujaran kebencian netizen terhadap Blackpink menuai beragam sikap dan respon pengguna X (Twitter) di akun *autobase* @BLINKMF. Sudah menjadi hal yang lumrah bagi selebriti untuk memiliki pendukung maupun haters yang melekat dalam kehidupannya. Haters merupakan sebutan untuk untuk seseorang atau organisasi yang tujuan utamanya adalah untuk mencela maupun mengkritik kehidupan seseorang. Namun, keadaan dapat dikatakan berbahaya apabila seseorang menggunakan media sosial untuk melampiaskan sudut pandang negatif berupa kebencian secara berlebihan (Ramadani, 2021). Berbagai tanggapan dari netizen tentang *Tweet* mengenai ujaran kebencian yang ditujukan kepada Blackpink menunjukkan sikap dan respons yang beragam. merupakan respon dari seseorang atau reaksi terhadap lingkungannya (Ajzen & Fishbein, 1980).

Berangkat dari munculnya fenomena akun *menfess* X (Twitter) @BLINKMF, peneliti merasa termotivasi untuk meneliti meneliti dan menganalisis sikap pengguna X (Twitter)/*followers* @BLINKMF dalam merespon terpaan *tweet*

di akun @BLINKMF terkait ujaran kebencian yang ditujukan kepada Blackpink. Sehingga judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Terpaan Media Akun *Menfess X* (Twitter) @BLINMF Terhadap Respon *Followers* dalam Menghadapi Ujaran Kebencian yang Ditujukan ke Blackpink”.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang untuk terlibat, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dan menciptakan ikatan sosial virtual. Ini juga memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri (Nasrullah D. , 2017). Media sosial merupakan bentuk kesepakatan antara media dengan publik yang tidak memiliki batasan dalam berbagi informasi antar individu (*to be shared one-to-one*) (Meikle & Young, 2012)

### B. Teori S-O-R (Stimulus – Organisme – Respon)

Teori S-O-R, yang disingkat dari Stimulus – Organisme – Respon, adalah kerangka kerja psikologi yang digunakan untuk memahami bagaimana stimulus dari lingkungan dapat mempengaruhi perilaku seseorang melalui proses organisme internal. Teori ini menyatakan bahwa stimulus eksternal (S) mempengaruhi organisme internal (O), yang kemudian menghasilkan respon (R) atau perilaku tertentu (Hull, 1943). Berikut adalah konsep dasar dalam menerapkan teori S-O-R (Woodworth, 1938).

#### 1. Stimulus (S)

Stimulus (S) dalam teori S-O-R merujuk pada semua rangsangan atau input dari lingkungan yang dapat mempengaruhi individu. Stimulus ini dapat berupa objek fisik, situasi sosial, atau bahkan peristiwa psikologis.

#### 2. Organisme (O)

Organisme (O) mengacu pada faktor-faktor internal dalam individu yang memediasi pengaruh stimulus. Ini mencakup proses mental seperti persepsi, pemrosesan informasi, motivasi, dan emosi yang berperan dalam mengubah stimulus menjadi respon.

#### 3. Respon (R)

Respon (R) adalah keluaran atau perilaku yang muncul dari kontak suatu organisme dengan suatu stimulus. Respon dapat berupa tindakan fisik, keadaan afektif, atau perubahan kognitif.

Respon terbagi kedalam 3 bagian (Rakhmat, 2007), yaitu:

#### 1. Respon Kognitif

Respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.

#### 2. Respon Afektif

Respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.

#### 3. Respon Konatif

Respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

### C. Internet

Internet adalah media baru utama dengan menggunakan kabel, satelit, atau jaringan telekomunikasi untuk alat penyarannya (McQuail, 2010). Quaterman dan Mitchell dalam (Herring, 1996) menyebutkan kegunaan internet dalam empat kategori, diantaranya adalah:

1. Internet sebagai media komunikasi
2. Media pertukaran data
3. Media untuk mencari informasi atau data
4. Fungsi komunitas

### D. New Media

McQuail (2010) mengelompokkan media baru yang dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks yang terdiri dari:

1. Media komunikasi interpersonal (*interpersonal communication media*)
2. Media permainan interaktif (*interactive play media*)
3. Media pencarian informasi (*information search media*)
4. Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*)
5. Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*)

#### E. Terpaan Media

Terpaan (*exposure*) merupakan sejauh mana khalayak menjadi sasaran pesan yang disebarluaskan oleh media. Eksposur sebagai tindakan mengalami dan memperhatikan pesan-pesan media baik yang berasal dari individu maupun kelompok mencakupi mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan tersebut (Ardianto, Elvinaro, Komala, & Karlinah, 2014).

Terpaan media dapat dikatakan apabila seseorang terpapar media dalam jangka waktu yang lama dengan konten-konten yang cukup banyak maka ia mungkin mengalami perubahan perilaku (M. & Priyo, 2010). Individu mungkin mengalami perubahan perilaku terkait konten media yang dapat memengaruhi sikap, cara berpikir, selera, dan preferensi mereka (Panuju, 2019). Rosengren dalam (Rakhmat, 2007), terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut:

##### 1. Frekuensi

Meliputi kebiasaan, seperti seberapa sering seseorang menggunakan media dan menerima isi pesannya. Frekuensi merupakan seberapa sering pengguna memanfaatkan media dalam kurun waktu tertentu. Semakin tinggi tingkat frekuensi suatu pesan atau informasi yang muncul di media, semakin besar kemungkinan pengguna media untuk mengingatnya.

##### 2. Durasi

Meliputi durasi waktu yang dihabiskan dalam memberi dan mengonsumsi pesan media. Durasi dalam terpaan media untuk melihat berapa lama pengguna memanfaatkan, mengakses, dan mengikuti konten media selama jangka waktu tertentu. Durasi dapat diukur dengan jam, menit maupun detik yang dihabiskan oleh pengguna dalam sehari.

##### 3. Atensi

Merupakan tingkatan perhatian khalayak ketika menyerap pesan informasi dari media yang digunakannya. Atensi meliputi memanfaatkan dan berfokus pada media tersebut saat melakukan aktivitas lainnya.

#### F. X (Twitter)

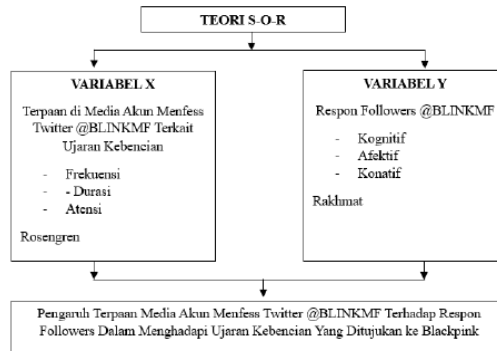
Pengguna X (Twitter) dapat berkomunikasi dengan pengikutnya dengan mengirimkan pesan teks singkat yang disebut "*tweets*" kepada pengikutnya. Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams mendirikan X (Twitter) pada tahun 2006. X (Twitter) memiliki beberapa fungsi utama, antara lain berbagi informasi, berinteraksi dengan pengguna lainnya, memperbarui berita, dan mempromosikan produk atau layanan. Fitur seperti retweet, suka, dan tagar memungkinkan pengguna terlibat dalam percakapan dan menyebarkan konten dengan cepat (Java, Song, Finin, & Tseng, 2007).

#### G. Ujaran Kebencian

Ujaran kebencian diartikan sebagai ucapan atau ucapan yang menyinggung pihak lain. Secara lebih luas, kata-kata atau ucapan yang merendahkan *gender*, agama, etnis, ras, dan orientasi seksual tertentu. (Neshkovska & Trajkpva, 2017)

#### H. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka terbentuk kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Dilihat dari pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa yang bertindak sebagai variabel independen yaitu Terpaan Ujaran Kebencian Pada Akun *Menfess X (Twitter) @BLINKMF (X)* dan yang bertindak sebagai variabel dependen adalah Respon *Followers @BLINKMF (Y)*. Berikut adalah gambaran dari kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran  
 Sumber: Olahan Penulis, 2023

### I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan tanggapan sementara yang disajikan dalam bentuk pertanyaan terhadap suatu rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Berdasarkan uraian kerangka tersebut, penulis akan mengemukakan dan menunjukkan keabsahan hipotesis sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan ujaran kebencian kepada Blackpink pada akun X (Twitter) @BLINKMF terhadap respons *followers* @BLINKMF.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti memilih jenis penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode ilmiah yaitu telah memenuhi asas-asas ilmiah yaitu empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut sebagai metode yang menggunakan angka untuk dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kausal yaitu untuk menjelaskan sebab akibat antara dua variabel, yang mana ketika mempelajari antar variabel (variabel independen dan variabel dependen) dengan objek yang diliti, kemudian mencari pengaruh kedua variabel tersebut. (Hardani, 2020).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik kuesioner (survei). Kuesioner berbasis web yaitu kuesioner yang diterima melalui surat elektronik ataupun pengisian langsung pada alamat situs web tersebut (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini terdapat populasi pasti yang merupakan followers X (Twitter) @BLINKMF atau dapat disebut juga populasi terhingga, sehingga peneliti menggunakan rumus Slovin. Berikut ini merupakan rumus dari rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah 5%

Batas kesalahan yang ditolelir bagi setiap populasi tidak sama, ada yang 1%, 2%, 3%, 5% dan 10%. Peneliti menetapkan tingkat kesalahan sebesar 5% dari 126.4 ribu pengikut @BLINKMF dalam populasi, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{126.400}{1 + 126.400 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{126.400}{316.0025}$$

$$n = 399,996 = 400$$

Hasil n dari rumus yang didapatkan adalah 400 orang, sehingga pada penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 400 *followers* @BLINKMF.

Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, maupun artikel. Kemudian peneliti menganalisis metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) @BLINKMF terhadap respon *followers*.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian kali ini, peneliti akan menyajikan serta memberikan pembahasan terkait dari hasil penelitian berdasarkan temuan-temuan yang peneliti peroleh di lapangan dengan cara penyebaran kuesioner penelitian serta olahan data yang telah di analisis.

##### A. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi data dari kuesioner yang telah disebar. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov untuk mengetahui nilai residual yang dihasilkan dari regresi yang berdistribusi secara normal. Uji normalitas ini menggunakan software IBM SPSS Versi 23, berikut hasil uji normalitas:

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35027960
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.052
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		1.283
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Gambar 5.1 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov  
Sumber: Software IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2023)

Analisis uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov menunjukkan kurva normal jika nilai Asym. Sig. berada diatas batas maksimal error yaitu 0,05. Dapat diketahui dari tabel uji normalitas diatas nilai Asym. Sig. pada penelitian ini adalah 0,074, yang berarti nilai tersebut melebihi 0,05, maka data pada penelitian ini dapat digunakan karena residu variable berdistribusi normal.

##### B. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana digunakan untuk mengidentifikasi terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) @BLINKMF terhadap respon *followers*, maka peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang dibantu menggunakan software IBM SPSS versi 23, pada uji analisis regresi linier mendapatkan hasil sebagai berikut:



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.264	.273		19.266	.000
	X	.729	.006	.986	119.621	.000

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5.2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana  
Sumber: Software IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2023)

Pada tabel diatas mendapatkan nilai constant (a) sebesar 5.264 dengan nilai koefisien regresi X (b) sebesar 0.501. Nilai tersebut selanjutnya disubstitusikan ke dalam persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 5.264 + 0.729 X$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5.264 mengartikan bahwa nilai konsisten variable partisipasi sebesar 0.729.
2. Koefisien regresi X sebesar 5.264 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% respon followers, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0.729. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variable X terhadap Y adalah positif.
3. Berdasarkan nilai signifikan dari tabel diatas diperoleh hasil signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) signifikan terhadap respon followers.

### C. Koefisien Korelasi

Uji Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) (X) terhadap respon followers (Y). Uji koefisien korelasi pada penelitian ini menggunakan metode Pearson Product Moment yang dibantu dengan software IBM SPSS Versi 23, yang memperoleh hasil sebagai berikut:

**Correlations**

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.986**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Y	Pearson Correlation	.986**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5.3 Hasil Uji Koefisien Korelasi  
Sumber: Software IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel Koefisien Korelasi *Product Moment* memperoleh 0,986. Maka 0,986 dinyatakan sebagai nilai tingkat korelasi antara variabel. Nilai tersebut diinterpretasikan berdasarkan pedoman tabel berikut:

Tabel 5.1 Tabel Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Melalui pedoman interpretasi korelasi koefisien diatas dapat diketahui bahwa 0,986 termasuk dalam interval 0,80 – 1,000 yang artinya masuk kedalam kategori tingkat hubungan sangat kuat. Terlihat juga pada tabel Correlations, nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) (X) memiliki hubungan signifikan terhadap respon followers (Y).

#### D. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar persentase pengaruh antara variabel independen terhadap dependen, berikut hasil analisis koefisien determinasi pada penelitian ini yang dibantu dengan software IBM SPSS versi 23:

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 <sup>a</sup>	.973	.973	1.352

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Gambar 5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Sumber: Software IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2023)

Berdasarkan tabel diatas, nilai  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0.973. Dengan begitu pengaruh terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) (X) terhadap respon followers (Y) ditunjukkan dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kd &= R^2 \times 100\% \\ Kd &= 0.973 \times 100\% \\ Kd &= 97.3\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas memperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 97.3% maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) (X) berpengaruh sebesar 97.3% terhadap respon followers (Y).

#### E. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel terpaan ujaran kebencian terhadap respon followers. Berikut merupakan hasil uji hipotesis T dengan menggunakan SPSS versi 23:



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	5.264	.273		19.266	.000
	X	.729	.006	.986	119.621	.000

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)  
Sumber: Software IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2023)

Dapat diketahui  $t_{hitung}$  119.621 dan  $t_{tabel}$  pada jumlah sampel 400 responden dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,965. Maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung}$  119.621 >  $t_{tabel}$  1,965. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi < 0.05 dan jika  $t_{hitung}$  > Jika  $t_{tabel}$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Apabila nilai signifikansi > 0.05 dan jika  $t_{hitung}$  < Jika  $t_{tabel}$  maka H0 diterima dan H1 ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) berpengaruh secara signifikan terhadap respon *followers*.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab empat, maka dapat diambil kesimpulan yang penulis harap mampu menjawab permasalahan yang dirumuskan pada penelitian ini, yaitu:

### A. Besar Pengaruh Terpaan Ujaran Kebencian Terhadap Blackpink pada Akun Menfess X (Twitter) Terhadap Respons *Followers*

#### 1. Uji Normalitas

Diperoleh nilai Asym. Sig. pada penelitian ini adalah 0,74 yang berarti  $0,74 > 0,05$ . Maka data pada penelitian ini dapat digunakan karena residu variabel berdistribusi dengan normal.

#### 2. Uji Regresi Linier Sederhana

Menunjukkan bahwa terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) @BLINKMF memiliki pengaruh positif terhadap variabel respon followers karena memiliki koefisien regresi (b) sebesar 0,501 dan nilai konstanta (a) 5.264. Diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 5.264.

#### 3. Uji Koefisien Korelasi Pearson Product Moment

Pada pengujian koefisien korelasi, didapatkan hasil sebesar 0,986. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi 0,986 berada pada interbal 0,800 – 1,000 yang artinya masuk kedalam kategori hubungan sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) @BLINKMF memiliki korelasi sangat kuat terhadap respon followers.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Pada pengujian koefisien determinasi, didapatkan nilai  $R_{square}$  sebesar 97,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) berpengaruh sebesar 97,3% terhadap respon followers.

#### 5. Uji Hipotesis

Diperoleh  $t_{hitung}$  119.621 dan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05% adalah 1,965. Maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung}$  119.621 >  $t_{tabel}$  1,965 dan diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dari itu membuktikan bahwa variabel terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) berpengaruh secara signifikan terhadap respon *followers*.

Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan, bahwa terpaan ujaran kebencian terhadap Blackpink pada akun menfess X (Twitter) berpengaruh secara signifikan terhadap respon *followers* membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas terpaan ujaran kebencian semakin tinggi mempengaruhi respon para pengikut baik secara emosional maupun perilaku.

## REFERENSI

- Agoestin, M. A. (2019). *Motif followers dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter*. Retrieved from repository.wima: <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/20476/>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- Ardianto, Elvinaro, Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azmi, N. A., Fathani, A. T., Sadayi, D. P., Fitriani, I., & Adiyaksa, M. R. (2021). Social Media Network Analysis (SNA): Identifikasi Komunikasi dan Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Twitter. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 1422-1430.
- Data Reportal. (2023, May 11). *Twitter Users, Stats, Data and Trends*. Retrieved from datareportal: <https://datareportal.com/essential-twitter-stats>
- Databoks Indonesia. (2023, Februari 27). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 24 Juta hingga Awal 2023, Peringkat Berapa di Dunia?* Retrieved from databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia>
- Davey, C. J. (2010). *New Media and The Courts: The Current Status and A Look at the Future*. Atlanta: CCPIO.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Herring, S. C. (1996). *Computer-Mediated Communication Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspective*. Amsterdam: John Benjamins Publications.
- Hull, C. (1943). *Principles of behavior: An introduction to behavior theory*. New York: Appleton Century Crofts, Inc.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis* (pp. 56–65). New York: Association for Computing Machinery.
- M., Y., & Priyo, S. (2010). *Teori & Praktik Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. New York: Sage Publications.
- Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. London: Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Nasrullah, D. (2017). *Media Sosial - Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial "Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neshkovska, S., & Trajkpva, Z. (2017). *Essentials of Hate Speech*. Bulgaria.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasarana Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramadani, F. (2021). Ujaran kebencian netizen Indonesia dalam kolom komentar Instagram selebgram Indonesia: Sebuah kajian linguistik forensik. *AKSARA: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 1-19.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, N. K., Rullyana, G., & Ardiansyah. (2020). *Autobase@collegemenfess, A Twitter Account Used As Information Retrieval Tool*. Retrieved from researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/349127481\\_autobasecollegemenfess\\_A\\_Twitter\\_Account\\_Used\\_As\\_Information\\_Retrieval\\_Tool](https://www.researchgate.net/publication/349127481_autobasecollegemenfess_A_Twitter_Account_Used_As_Information_Retrieval_Tool)
- Vice. (2020, 12 4). *Akun Menfess: Pisau Bermata Dua Kebebasan Berekspresi di Medsos*. Retrieved from vice: <https://www.vice.com/id/article/3anavb/sejarah-akun-twitter-menfess-auto-base-di-indonesia-dan-cyberbullying>
- Wiana, D. (2019). Analysis of The Use of The Hate Speech in Social Media in The Case of Presidential Election in 2019. *Journal of Applied Studies in Language*, 158-167.

Woodworth, R. (1938). *Experimental Psychology*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

