

Komentar Di Akun Instagram Garuda Revolution Terkait Dengan Hate Speech Antar Suporter Sepak Bola
(Studi Etnografi Virtual Komentar Di Akun Instagram @garudarevolution Terkait Dengan Hate Speech Antar Suporter Sepak Bola)
Rakha Raditya Rahmanza¹, Drs. Iis Kurnia, S.S., M.Hum²

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
rakhaarr@student.telkomuniversity.ac.id¹, iiskurnian@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Ujaran kebencian kerap terjadi di dunia nyata maupun virtual, salah satunya ujaran kebencian yang dilakukan antar suporter sepak bola di kolom komentar media sosial Instagram. Menurut Jubany dan Roiha Cyber Hate Speech atau Ujaran kebencian siber adalah istilah untuk menjelaskan perilaku pada haters atau pembenci di dunia siber yang pada dasarnya mengacu pada pesan kebencian secara online, dimana penggunaan teknologi informasi untuk menyebarkan pesan anti terhadap suku, agama dan ras tertentu, yang bersifat fanatik, ekstrimis bahkan mengarah pada tindakan menteror individu atau kelompok lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk dan dampak ujaran kebencian yang didapatkan dari kolom komentar akun Instagram @garudarevolution sehingga diharapkan dapat menjadi acuan untuk memahami bagaimana bentuk dan dampak ujaran kebencian sekaligus mengurangi ujaran kebencian yang marak dilakukan oleh para suporter di kolom komentar media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa isi komentar yang ada di kolom komentar akun Instagram @garudarevolution termasuk dalam bentuk Hate Speech, komentar yang diutarakan suporter di kolom komentar tersebut adalah berupa kata-kata yang kasar yang bersifat provokatif yang dapat memancing emosi suporter lain dan membalas dengan berkomentar kasar sehingga kolom komentar postingan akun @garudarevolution dipenuhi Hate Speech yang dilakukan antar suporter. Komentar tersebut dianalisis menggunakan dua aspek teori retorika dalam hate speech

Kata Kunci Media Sosial Instagram, Hate Speech, Garuda Revolution

ABSTRACT

Hate speech often occurs in the real and virtual world, one of which is hate speech between football fans in the Instagram social media comment column. According to Jubany and Roiha Cyber Hate Speech or Cyber Hate Speech is a term to describe the behavior of haters or haters in the cyber world which basically refers to online hate messages, where the use of information technology to spread messages against certain ethnicities, religions and races, which fanatical, extremist even leads to acts of terrorizing other individuals or groups. This research aims to find out how the form and impact of hate speech is obtained from the comment column of the @garudarevolution Instagram account so that it is expected to be a reference for understanding how the form and impact of hate speech while reducing the hate speech that is rife by supporters in the Instagram social media comment column.

This study uses the virtual ethnographic method and the results of this study prove that the contents of the comments in the @garudarevolution Instagram account comments column are included in the form of Hate Speech, comments expressed by supporters in the comments column are in the form of provocative harsh words that can provoke other supporters' emotions and reply with harsh comments so that the comment column on the @garudarevolution account is filled with Hate Speeches carried out between supporters. These comments are analyzed using two aspects of rhetorical theory in hate speech

Keywords: Instagram Social Media, Hate Speech, Garuda Revolution

1. PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan sebuah olahraga yang banyak diminati. Semua kalangan masyarakat dari lelaki maupun wanita sangat meminati olahraga ini. Sepak bola tidak hanya dianggap sebagai olahraga yang menjadi bagian dari kepentingan kesehatan, namun juga bisa menjadi tempat penyaluran hobi. Dan seiring dengan banyaknya tayangan sepak bola yang disiarkan oleh stasiun tv swasta maka minat masyarakat terhadap sepak bola pun semakin meningkat, dan sepak bola menjadi salah satu olahraga yang paling ditunggu perkembangannya oleh masyarakat.

Di dalam olahraga sepak bola ada sebuah elemen yang berperan penting terhadap klub sepak bola itu sendiri yaitu supporter. Supporter adalah elemen penting yang tidak bisa dipisahkan dari sepak bola tanpa adanya supporter sebuah pertandingan sepak bola akan terasa kurang menarik mereka tak ubahnya pemain ke dua belas sebuah klub. Supporter bertugas untuk datang ke stadion dan mendukung klub sepak bola kebanggaan mereka dalam bentuk nyanyian ataupun yel-yel.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nielsen Sport, 77% penduduk Indonesia memiliki ketertarikan pada olahraga si kulit bulat, terutama ketika menyaksikan Timnas Indonesia berlaga

(www.bolalob.com di akses pada 22 Oktober 2019 pukul 12.10 WIB). Dalam hal persentase ketertarikan seluruh populasi negara pada sepak bola, Indonesia hanya kalah dari Nigeria. Sebanyak 83% penduduk negara yang memiliki timnas berjudul Elang Super itu diklaim menyukai sepak bola.

Pada zaman yang sudah serba digital ini, menjadi supporter sepak bola tidak diharuskan untuk datang menonton langsung ke stadion. Supporter bisa memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang tim yang didukungnya.

Berdasarkan Surat Edaran Kapolri 2015, ujaran kebencian dapat digolongkan dalam tindak kriminal berdasarkan kebencian (*hate crime*). Tindakan tersebut telah diatur dalam perundang-undangan tersendiri, yakni melalui Surat Edaran No. SE/6/IX/2015 berisi tentang Penanganan Ujaran Kebencian (*hate speech*).

Ujaran kebencian dapat dilontarkan melalui berbagai macam media. Salah satu aspek media yang sering mengandung ujaran kebencian terhadap individu atau kelompok masyarakat adalah melalui sosial media. Saat ini, penggunaan media sosial semakin menjamur di seluruh kalangan masyarakat. Salah satu media sosial yang populer baik di kalangan anak muda, sampai dewasa adalah media sosial instagram.

Instagram adalah sebuah jejaring media sosial yang bertujuan untuk

membantu penggunaanya dalam membagikan, dan mengunggah sebuah foto-foto kepada pengguna media sosial instagram yang lainnya (Rahman, 2014). Penulis memilih media sosial instagram sebagai objek kajian karena media sosial tersebut yang paling populer saat ini. Objek kajian ini difokuskan pada salah satu akun instagram yang memuat tentang Sepak Bola. Sepak Bola, tentunya sangat banyak mendapat perhatian dari masyarakat sekitar dan suporter dari klub sepak bola masing-masing. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial instagram saat ini bukan sebatas media sosial yang berfungsi untuk membagikan foto, melainkan juga sebagai wadah penggunaanya dalam menyampaikan kritik melalui kolom komentar yang tersedia.

Peneliti mengkhususkan penelitian dalam akun media sosial *Instagram* @garudarevolution. Akun ini adalah sebuah akun suporter Timnas Indonesia yang didalamnya memberikan konten yang berisi tentang segala hal yang bersangkutan dengan persepakbolaan Indonesia, salah satunya suporter sepak bola Indonesia. Akun ini memiliki sekitar 616 ribu followers yang dimana didalamnya terdiri dari beragam kubu suporter klub di Indonesia, ini terlihat dari jumlah komentar dan isi komentar yang ada di setiap postingan

nya. Peneliti memilih akun @garudarevolution karena akun ini memiliki *engagement* yang tinggi dan memiliki followers beragam yang terdiri dari banyak kubu suporter sepak bola Indonesia, tidak cenderung kepada salah satu kubu saja sehingga data yang dihasilkan valid.

Gambar 1.1

Akun Instagram
@garudarevolution



Gambar 1.2

Kolom Komentar @garudarevolution



Faisal dan Zulkifli (2016: 178) mendefinisikan bahwa ujaran kebencian merupakan ujaran yang bertujuan untuk menyulut dan menghasut sebuah kebencian terhadap individu maupun kelompok masyarakat pada berbagai macam komunitas yang terdiri dari beberapa macam aspek. Aspek-aspek tersebut berupa suku, aliran keagamaan, agama, keyakinan, ras, antargolongan, etnis, warna kulit, kaum difabel, 3 gender, dan orientasi terhadap seksual.

Gambar 1.3



Gambar 1.4

Kolom Komentar Yang Berisi Ujaran Kebencian



Dari contoh komentar netizen diatas yang berisi ujaran kebencian, terbukti dapat menimbulkan konflik yang tidak hanya terjadi di dunia maya namun dapat terjadi di dunia nyata. Hal ini pun sudah menjadi budaya atau kebiasaan yang

dilakukan oleh suporter sepak bola di Indonesia dan pada akhirnya menimbulkan konflik yang berkepanjangan. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk meneliti *hate speech* melalui kolom komentar di media sosial akun Instagram @garudarevolution yang diutarakan suporter sepak bola Indonesia yang menjadi budaya atau kebiasaan yang berdampak bukan hanya di dunia siber namun pula di dunia nyata dengan menggunakan metode etnografi virtual.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Retorika

2.1.1 Pengertian Retorika

Menurut Hendrikus (1991:14), Retorika ialah kesenian untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar manusia. Kesenian berbicara ini bukan hanya berarti berbicara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato.

2.1.2 Retorika dalam Hate Speech

Sementara Retorika adalah sebuah teori dan seni dalam menulis, cara berbicara dengan baik, menjadi persuasif, dan cara menulis penulisan dan presentasi yang baik (clas.iuowa.edu), Hate Speech itu sendiri adalah bagian dari retorika yang membangkitkan emosi negatif, sikap dan

pendapat di dalam sebuah kelompok tertentu, dan menghasilkan intoleransi (Nilsen, 2014).

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini akan menganalisis tentang fenomena Hate Speech yang dilakukan oleh suporter sepak bola di kolom komentar akun Instagram @garudarevolution menggunakan analisis retorika

Menurut Selzer (2003), tidak ada definisi Analisis Retorika yang diterima secara umum karena tidak ada definisi secara umum dari retorika itu sendiri. Namun, kebanyakan Analisis Retorika menerapkan Trikotomi Aristoteles dalam retorika yaitu: Ethos, Pathos Logos

1. Ethos

Ethos mengacu kepada kepercayaan atau kredibilitas seorang penulis atau pembicara untuk sebuah argumen yang kompeten, dapat diandalkan, adil dan jujur. Artinya sebuah argumen yang meyakinkan yang dibuat oleh karakter seorang orator (pembicara) yang mengarah pada persuasi. (Mshvenieradze, 2013). Sebuah argumen untuk dianggap kredibel oleh pembaca, mereka harus menganggapnya berwibawa, berkarakter atau dapat dipercaya (Axelrod & Cooper, 1999).

2. Pathos

Pathos Berkaitan langsung dengan audiens. Pathos adalah sebuah emosi yang bangkit di antara audiens. Pathos mengandalkan reaksi emosional yang bangkit dari audiens.

Konsep dari pathos dapat mendefinisikan sebuah hate speech karena hate speech menargetkan emosi pendengarnya. Di antara

berbagai nilai dari sebuah berita, nilai human interest adalah nilai yang banyak digunakan oleh seorang penulis berita untuk mengumpulkan dan memancing minat publik.

3. Logos

Logos berkaitan dengan wacana atau teks yang rasional, logis dan argumentatif, dan berkaitan kepada pesan retorika. Logos dideskripsikan sebagai bukti yang tertanam di sebuah pesan. Ini termasuk fakta dan bukti dari sudut pandang ilmiah dari pandangan yang tidak bias dan subjektif.

Hate Speech di aspek logos sebagian besar mengarah kepada pada kekeliruan logika karena kesimpulannya diambil dari premis yang salah, atau hanya mendorong prinsip logis tanpa mempertimbangkan relevansinya. Kekeliruan logika juga terjadi karena kurangnya koneksi antara premis dan kesimpulan. Fakta yang tidak dapat dibuktikan dapat mendukung kesimpulannya yang juga mengarah pada kekeliruan logika di argumen tersebut.

2.2 Media Sosial

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2015:13).

2.2.1 Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakurandari kata instan dan telegram. Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya.

2.3 Hate Speech

John K. Roth (2005,624) mendefinisikan *hate speech* atau ujaran kebencian sebagai tindakan kejahatan dan ucapan yang diarahkan kepada individu karena ras, etnis, agama, orientasi seksual, atau kelompok afiliasi tertentu. *Hate speech* merupakan sebuah salah satu bentuk dari hate crime atau kejahatan kebencian, dimana hate crime sendiri merupakan suatu kejahatan yang dimotivasi karena adanya prasangka dan stereotype terhadap kelompok sosial tertentu. Kelompok-kelompok sosial tersebut biasanya merupakan kelompok yang cukup eksklusif, seperti dari segi jenis kelamin, gender etnis, agama, ras, kebangsaan, Bahasa, dan orientasi seksual (Streissguth,2003:3).

2.3.1 Bentuk Hate Speech

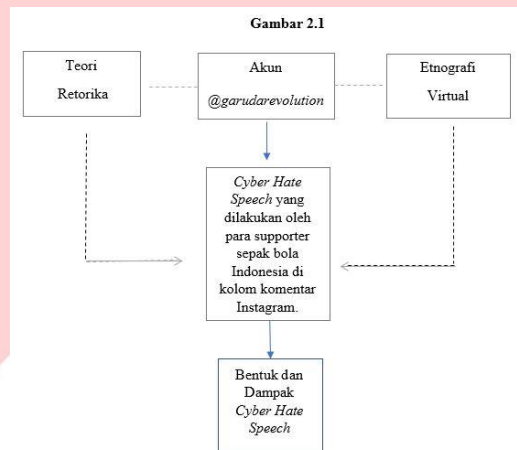
Hate Speech berisi tentang ungkapan atau

tuturan yang mengandung kebencian dari seseorang yang berdampak pada tindak kekerasan, diskriminasi, atau konflik sosial. Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa, sebuah ujaran dapat dikatakan mengandung ujaran kebencian apabila dalam tuturan tersebut mengandung unsur bahasa yang bersifat menyulut kebencian kepada orang lain. Dalam menghasilkan sebuah ujaran dapat dibedakan antara locutionary acts ‘aksi lokusi’ yang merupakan pengetahuan untuk memahami perlocutionary acts ‘aksi perlokusi’, dan illocutionary acts ‘aksi ilokusi’ (Austin; Cruse dalam Djajasudarma 2012:93).

2.3.2 Dampak Hate Speech

Sebuah studi yang berjudul “*Countering Online Hate Speech*” yang dilakukan Unesco (2015) menyebutkan bahwa fenomena *hate speech* secara online semakin berkembang dan menimbulkan beragam masalah baik di dalam maupun di luar Eropa. *Hate speech* secara online merupakan salah satu tren utama dari tahun sebelumnya. Laporan ini juga menekankan bahwa hatespeech melalui media online sudah semakin pesat dan memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih besar (Gagliardone dkk, 2015).

2.7 Kerangka Pemikiran



3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Dimana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada quality atau hal terpenting suatu barang atau jasa. Hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi konsep teori (Ghony dan Almanshur, 2012: 25).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Peneliti mengumpulkan data-data selain angka yaitu berupa naskah wawancara, catatan-catatan lapangan, foto-foto, video maupun dokumen-dokumen resmi lainnya (Ghony dan Almanshur, 2012: 34).

Kemudian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini

berupa studi etnografi virtual di mana dalam pemilihan metode penelitian ini lebih menekankan pada analisa dari sebuah fenomena berupa aktifitas manusia ketika sedang menggunakan internet dan segala yang bersangkutan dengan kegiatan maya.

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

3.1.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah akun media sosial Instagram @garudarevolution yang memiliki *followers* dan *engagement* yang tinggi, dimana pada saat ini Instagram menjadi media yang paling diminati para suporter sepak bola karena informasi tentang sepak bola didalamnya menarik dan *update* sehingga suporter sepak bola pengguna media sosial Instagram terbilang cukup banyak.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini berupa isi komentar Ujaran Kebencian atau *Hate speech* netizen dari unggahan akun media sosial instagram @garudarevolution.

4. Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Data Bentuk Hate Speech

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara bersama 3 informan, unggahan dan isi kolom komentar akun Instagram @garudarevolution, peneliti mengutip beberapa pandangan informan tentang *hate speech* dan bentuk *hate speech* yang ada di kolom komentar Instagram dan mengambil sampel komentar berupa ujaran kebencian yang diutarakan oleh suporter sepak bola di kolom komentar Instagram. Data yang didapat dari kolom komentar akun Instagram @garudarevolution akan dianalisis menggunakan 2 aspek Teori Retorika dalam Hate Speech untuk mengklasifikasikan bentuk-bentuk hate speech.

4.1.1.1 Hasil Analisis Dua Aspek Retorika dalam Hate Speech

Retorika adalah sebuah teori dan seni dalam menulis, cara berbicara dengan baik, menjadi persuasif, dan cara menulis penulisan dan presentasi yang baik (clas.iuowa.edu), Hate Speech itu sendiri adalah bagian dari retorika yang membangkitkan emosi negatif, sikap dan pendapat di dalam sebuah kelompok tertentu, dan

menghasilkan intoleransi (Nilsen, 2014).

Analisis Retorika dapat digunakan untuk memahami bagaimana sebuah ide dan sikap tertentu disampaikan melalui pesan lisan atau tertulis dengan fokus khusus pada metode persuasi, dan mungkin bisa membantu untuk menganggap analisis retorik sebagai sebuah bacaan kritis (Selzer, 2013).

4.1.1.1.1 Aspek Pathos

Berdasarkan analisis retorika dalam hate speech Ujaran Kebencian bisa di lihat dari 2 aspek, yang pertama menggunakan Aspek Pathos, yang berarti Pathos Berkaitan langsung dengan audiens. Pathos adalah sebuah emosi yang bangkit di antara audiens. Pathos mengandalkan reaksi emosional yang bangkit dari audiens. Masalah tentang kekuasaan, hak untuk menentukan kehendak sendiri, dan identitas etnis, semuanya bersatu ketika seorang penulis mencoba untuk memancing emosi negatif dari pembaca nya. Kebencian adalah tentang hubungan kekuasaan dimana seseorang yang memiliki kekuasaan mendominasi, sedangkan orang yang tidak punya

kekuatan tidak bisa apa apa. Dan salah satu unsur hate speech yang patut diperhatikan adalah hate speech sering kali terjadi dan begitu tertanam di dalam diri kita sehingga kita tidak menyadarinya. (Whillock, 2000). Sehingga hal yang bersifat memancing emosi atau pun yang memprovokasi dan berisi kata kata kasar bisa dikategorikan sebagai ujaran kebencian.

4.1.1.1.2 Aspek Logos

Hate Speech di aspek logos sebagian besar mengarah kepada pada kekeliruan logika karena kesimpulannya diambil dari premis yang salah, atau hanya mendorong prinsip logis tanpa mempertimbangkan relevansinya. Kekeliruan logika juga terjadi karena kurangnya koneksi antara premis dan kesimpulan. Fakta yang tidak dapat dibuktikan dapat mendukung kesimpulannya yang juga mengarah pada kekeliruan logika di argumen tersebut. Sehingga kasus suporter yang tidak tahu kejadian kerusuhan dilapangan tanpa tahu latar belakang kejadian itu apa, lalu mereka memberikan komentar-komentar yang memancing dan memprovokasi sehingga masalah yang sudah selesai di lapangan menjadi semakin panas karena ulah mereka di media sosial. Dan kasus suporter yang tiba-tiba

mengutarakan kata kasar di kolom komentar tanpa alasan yang jelas itu bisa dikategorikan sebagai Ujaran Kebencian karena mereka memiliki kekeliruan logika. Ketika mereka tidak tahu menahu tentang apa yang terjadi dan mengutarakan Ujaran Kebencian tanpa latar belakang yang jelas sehingga membuat situasi memanas.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Hate Speech adalah sebuah hal yang terkadang tidak kita sadari, kita lakukan kepada orang lain di setiap harinya dan hal itu sangat berdampak kepada kehidupan banyak individu termasuk Hate Speech yang dilakukan suporter sepakbola di kolom komentar media sosial Instagram. Saat ini penyebaran Hate Speech jauh lebih cepat dikarenakan pada era digital ini, adanya konvergensi media dan media sosial membuat masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan kebebasan mengeluarkan komentar ataupun pendapat. Namun tidak semua pengguna media sosial dapat menggunakan hal tersebut dengan bijak. Rivalitas antar suporter dan suporter yang memiliki fanatisme

yang tinggi sudah ada sejak sebelum era media sosial, namun hal tersebut tidak memiliki dampak sebesar ketika media sosial ada.

Penelitian ini membuktikan bahwa isi komentar yang ada di kolom komentar akun Instagram @garudarevolution termasuk dalam bentuk Hate Speech, komentar yang diutarakan suporter di kolom komentar tersebut adalah berupa kata-kata kasar yang bersifat provokatif yang dapat memancing emosi suporter lain dan membalas dengan berkomentar kasar juga sehingga kolom komentar postingan akun @garudarevolution dipenuhi Hate Speech yang dilakukan antar suporter. Selain itu terdapat komentar yang bersifat kasar, SARA dan menyerang personal dengan menyinggung RAS tanpa ada relevansi dengan sepak bola dan postingan yang diunggah

Hate Speech antar suporter sepak bola yang ada di media sosial sangat berdampak kepada kehidupan nyata, dapat menyebabkan performa dan mental tim, pemain menurun, dan menciptakan rivalitas antar suporter yang baru dan memperkeruh rivalitas yang sudah ada dan membuat kerusuhan yang berujung hilangnya nyawa seseorang.

Dengan mengetahui bagaimana bentuk Hate Speech dalam penelitian

ini, diharapkan dapat membuat suporter memahami apa itu Hate Speech dan bagaimana Hate Speech dapat berdampak kepada banyak hal dan berhenti melakukan Hate Speech di media sosial.

5.1 Saran

Hal yang perlu diperhatikan dalam mengklasifikasikan Bentuk Hate Speech dan mengetahui Dampak Hate Speech dari kolom komentar media sosial Instagram adalah memperhatikan teori yang digunakan, data dan informan yang dipilih. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan beberapa teori dan wawancara dari informan, peneliti memberikan saran kepada para suporter untuk berhenti melakukan hate speech di media sosial karena dampak dan kerugian yang dihasilkan sangat besar.

Kapolri. 2015. Penanganan Ujaran Kebencian. Surat Edaran Kapolri Nomor SE/06/X/2015. Jakarta.

Keeraf, Gorys. 2010. Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama

Mulyana, Dedi. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. (2017). *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Pradipta,. Angga, 2016, "Fenomena Perilaku Haters di Media Sosial" dalam Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang, 2016.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Skripsi :

Ardiansyah, F. (2017). Analisis retorika basuki tjahaja purnama dalam kampanye rakyat pemilihan kepala daerah khusus ibukota jakarta di rumah lembang 2017 (kajian retorika aristoteles). *Journal Bapala Unesa, 2017(1)*, 1–16. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/243606/analisis-retorika-basuki->

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Juditha, Christiany. (2016). Antara Kebebasan Berpendapat Dan Praktik Cyberbullying Terhadap Kasus Narkoba Di Media Online. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika BBPPKI Makassar

tjahaja-purnama-dalam-kampanye-rakyat-pemilihan-kepala

Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>

Soffani, A. (2012). Budaya Sunda Dalam Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Unsur Budaya Sunda Pada Media Sosial Facebook Kang Dedi Mulyadi), (1), 50–60.

Jurnal :

Arofah, K. (2018). Rhetorical Analysis of Hate Speech: Case Study of Hate Speech Related to Ahok's Religion Blasphemy Case. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 91–105. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3119>

Mawarti, S. (2018). FENOMENA HATE SPEECH Dampak Ujaran Kebencian. *TOLERANSI: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama*, 10(1), 83. <https://doi.org/10.24014/trs.v10i1.5722>

Nugraha, Aditya. 2015. *Fenomena Meme di Media Sosial: Studi*

Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial Instagram .

journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/viewFile/1558/106

Internet :

Balea, Judith. 2016. The Latest Stats In Web And Mobile In Indonesia (Infographic).

<https://www.techinasia.com> diakses tanggal 10 Januari 2020 dari <https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social>.

Boundless. (-, - -). Modes of Persuasion: Ethos, Pathos, and Logos. Retrieved

August 1, 2020, from [boundless.com: https://www.boundless.com/writing/textbooks/boundless-writingtextbook/writing-an-effectivepaper-235/building-your-paper-239/modes-of-persuasion-ethos-pathosand-logos-42-7909/](https://www.boundless.com/writing/textbooks/boundless-writingtextbook/writing-an-effectivepaper-235/building-your-paper-239/modes-of-persuasion-ethos-pathosand-logos-42-7909/)