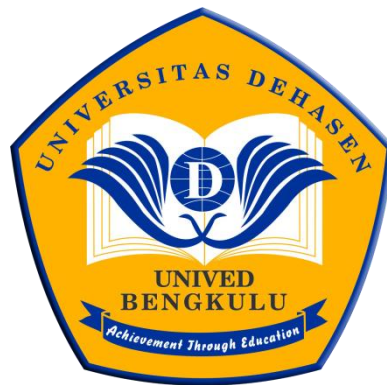


**ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA AKUN TIKTOK
BARISAN PENGUSAHA PEJUANG**

(Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran)

SKRIPSI



OLEH :

**ANISA SUKMA
NPM. 21100095**

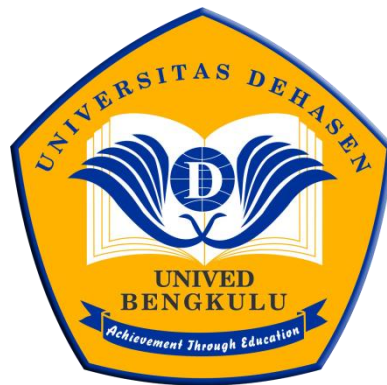
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2025**

**ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA AKUN TIKTOK
BARISAN PENGUSAHA PEJUANG**

(Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran)

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi*



OLEH :

**ANISA SUKMA
NPM. 21100095**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2025**

**ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA AKUN TIKTOK
BARISAN PENGUSAHA PEJUANG**

(Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran)

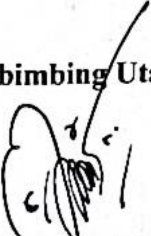
SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu

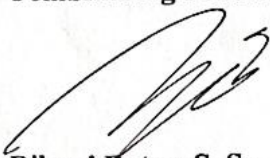
Oleh :
ANISA SUKMA
NPM. 21100095

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama


Sri Narti, M.I.Kom.
NIDN. 0215128202

Pembimbing Pendamping


Dilmaj Putra, S. Sn, M.Sn.
NIDN. 0205058303

Mengetahui
Ketua Program Studi

Sri Narti, M.I.Kom.
NIK. 1703411

ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA AKUN TIKTOK BARISAN PENGUSAHA PEJUANG

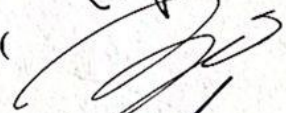
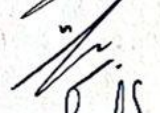
(Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran)

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Dehasen Bengkulu

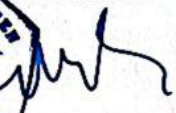
Sidang Skripsi Dilaksanakan Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 12 Juni 2025
Pukul : 11.00 – 13.00 WIB
Tempat : Ruang Lab. Komunikasi Lantai 3

TIM PENGUJI

Ketua	: Sri Narti, M.I.Kom. NIDN. 0215128202	()
Anggota	: Dilmai Putra, S.Sn, M.Sn. NIDN. 0205058303	()
Anggota	: Vethy Octaviani, M.I. Kom. NIDN. 0215108401	()
Anggota	: Sapta Sari, M.Si. NIDN. 0421098203	()

Disahkan Oleh

Dekan
Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial

Dra. Marwaningsih, M.Kom.
NIDN. 19690520 199402 2 001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Sri Narti, M.I.Kom.
NIDN. 1703411

MOTTO

***“Tugas Kita Bukanlah Untuk Berhasil, Tugas Kita Adalah Untuk Mencoba,
Karena Mencoba Itulah Kita Menemukan Kesempatan Untuk Berhasil”
(Buya Hamka)***

“Pada Akhirnya, Ini Semua Hanyaalah Permulaan” (Nadin Amizah)

“Dan Aku Menyerahkan Urusanku Kepada Allah” (Qs Al Ghafir:14)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, sebagai wujud rasa syukur atas kemudahan dan jalan serta kasih sayang yang selalu diberikannya.
2. Kepada kedua penyemangat ku, orang tua terkasih ku Bapak (Sukman Aidi) dan ibu (Mimi Herawati) yang telah sekuat tenaga membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, yang selalu mengupayakan segala kebutuhan ku, yang tidak pernah putus mendo'a kan ku, yang selalu memberikan semangat dan dukungan, terima kasih orang tua ku, anak bungsu kalian sudah tumbuh besar dan siap melanjutkan perjalanan selanjutnya untuk meraih mimpi.
3. Kakak tersayang, Nur Aisyah, S.IKom, yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam segala hal, terutama dalam pengerjaan skripsi ini, terima kasih sudah menjadi kakak yang membanggakan.
4. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Ibu Sri Narti, M.Ikom dan Bapak Dilmai Putra, S.Sn, M.Sn yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan arahan kepada saya selama pengerjaan skripsi ini.
5. Kepada teman-temanku yang ikut andil dalam pengerjaan skripsi dan selalu memberikan dukungan serta semangat.

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bengkulu, 21 Februari 2003. Penulis merupakan putri bungsu dari bapak Sukman Aidi dan Ibu Mimi Herawati.

Penulis menamatkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 78 Kota Bengkulu pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan ke sekolah menengah pertama di SMP Negeri 16 dan lulus pada tahun 2018, dan kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 10 Kota Bengkulu dan lulus pada tahun 2021, dan pada tahun 2021 penulis meneruskan pendidikan di Universitas Dehasen (UNIVED) Kota Bengkulu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-ilmu Sosial. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bengkulu pada bagian Informasi Komunikai Publik (IKP).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur bagi Allah SWT yang telah memberi Rahmat dan hidayah-nya kepada penulis dalam Menyusun proposal skripsi ini. Dengan adanya proposal skripsi ini penulis berharap dapat memenuhi syarat untuk menempuh ujian sarjana lengkap dengan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu.

Dalam rangka menyelesaikan skripsi ini, penullis tidak sedikit mendapat ulurann tangan dari berbagai pihak, yang memberi bimbingan, dorongan, dan segala fasilitas yang bermanfaat. Tanpa semua itu penulis tidak dapat mewujudkan skripsi ini sesuai dengan yang dikehendaki. Karenanya dengan segala kerendahan hati dan keikhlasan untuk menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Maryaningsih, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universiitas Dehasen Bengkulu.
2. Sri Narti, M.I.Kom., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan skripsii ini.
3. Dilmai Putra, S.Sn.,M.Sn., selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memmberikan motivasi serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini

Penulis menyadari dengan sesungguhnya bahwa skripsi ni masih sangat sederhana dan masih banyak kelemahan, tetapi penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat nantinya. Akhir kata tiada harapan penulis selaain mengucapkan mudah-mudahan segala bantuan, bimbingan, dan dorongan yang telah diberikan mendapat imbalan dan balasan dari Allah SWT. Aamiin

Bengkulu 2025

Anisa Sukma

**ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA AKUN TIKTOK
BARISAN PENGUSAHA PEJUANG
(Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran)**

Anisa Sukma, Sri Narti, Dilmai Putra

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat respon netizen di media sosial *Tiktok* mengenai Prabowo Gibran melalui akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang. Penelitian ini menggunakan metode netnografi pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan teori *Computer Communication Theory* (CMC) yang dimana teori ini membantu dalam memahami interaksi netizen di media sosial. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat respon yang berbeda dari netizen pada saat masa kampanye Prabowo Gibran sebagai paslon capres dan cawapres dan setelah Prabowo Gibran resmi menjabat sebagai presiden dan wakil presiden. Dua kategori komentar yaitu komentar mendukung atau pro terhadap Prabowo Gibran dan kategori sindiran dua kategori ini menggambarkan respon yang berbeda yaitu pada saat masa kampanye netizen berkomentar dengan dominan mendukung Prabowo Gibran dan pada saat Prabowo Gibran resmi menjabat komentar netizen beralih menjadi dominan komentar sindiran hal ini disebabkan oleh ketidakpuasaan masyarakat terhadap kinerja dari Prabowo dan Gibran yang tidak sesuai dengan ekspektasi masyarakat.

Kata kunci: Netnografi, Tiktok, Komentar Netizen, Prabowo Gibran

***An Analysis of Netizens' Comments on the TikTok Account Barisan Pengusaha
Pejuang
(A Netnographic Study on the Campaign Song Post of Prabowo–Gibran)***

Anisa Sukma, Sri Narti, Dilmai Putra

Abstract

With the rapid development of social media, social media is used as a tool for communication because it helps the communication process run more easily without time and distance limits. Along with the development of communication technology on social media which is increasing, social media is used as a place to campaign as done by the successful team of the Prabowo and Gibran candidates by creating campaign songs and then posting them on TikTok social media. From the post, there were responses from netizens using social media regarding Prabowo Gibran, netizens commented on the candidate pair during the campaign period and when Prabowo Gibran had officially taken office. The purpose of this research was to determine the response of netizens to President and Vice President Prabowo Gibran. The methodology used in this research is descriptive qualitative with the netnography method. The theory used in this study is the computer mediated communication theory (CMC) theory, where this theory can help the author understand the interaction of netizens in the comments column. The results of this research show that there are 2 categories of comments, namely, the category of supporting or pro Prabowo and Gibran, and the category of satire.

Keywords: Netnography, Tiktok, Netizen Comments, Prabowo Gibran

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitan Terdahulu	7
2.2 Pengertian komentar	9
2.3 Pengertian Netizen	10
2.4 Media Sosial.....	11
2.5 <i>Tiktok</i>	12
2.6 Pengertian Lagu Kampanye	12
2.7 <i>Computer Mediated Communication Theory (Cmc)</i>	13
2.8 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data	18
3.3 Teknik Analisa Data.....	19
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	
4.1 Sejarah <i>Tiktok</i>	23
4.2 Perkembangan <i>Tiktok</i>	24
4.3 Akun Barisan Pengusaha Pejuang.....	25
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

5.1 Hasil Penelitian.....	27
5.1.1 Kategori Mendukung Atau Pro Prabowo Gibran	29
5.1.2 Kategori Sindiran.....	30
5.2 Pembahasan.....	32

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	37
6.2 Saran	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.8 Penelitian Terdahulu	7
5.1 Coding Komentar	27
5.1 Tabel Abstraksi	36
5.1 Hasil Penelitian	37

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1.1 Gambar Postingan Lagu Kampanye.....	4
2.8 Kerangka Pikir	16
4.3 Barisan Pengusaha Pejuang	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Penetapan Dosen Pembimbing
2. Surat Keterangan Penelitian dari Fakultas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Dehasen
3. Catatan Bimbingan Skripsi
4. Instrumental Penelitian
5. Surat Keterangan Bebas Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini media sosial memiliki peranan penting bagi masyarakat, dengan melakukan berbagai kegiatan seperti pertukaran informasi maupun mencari informasi dinilai lebih cepat, mudah dan efektif. Kini media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan komunikasi dan sudah banyak dipergunakan oleh organisasi, korporasi, pemerintahan, hingga Lembaga sosial masyarakat. Berbagai manfaat dari media sosial menjadikan alasan semua orang menggunakan media sosial salah satunya yaitu sebagai alat komunikasi dan sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat, sehingga membuat keberadaan media sosial semakin digemari oleh kalangan masyarakat baik anak-anak, orang dewasa bahkan sampai kelompok lanjut usia.

Setiap sisi kehidupan manusia tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Apapun bentuk kegiatannya, manusia selalu melakukan suatu proses yang berjalan berkesinambungan dan tidak dapat dihindari yaitu proses komunikasi. Melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan segala keinginannya, sehingga pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan fisik, baik bagi dirinya sendiri maupun untuk lingkungan sosialnya.

Peran komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat: *persuasive*, *edukatif*, dan *informatif*. Sebab tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi: saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, Pendidikan, informasi dan sebagainya. (Khansa, dalam Aisyah 2021)

Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan lain sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan grafik dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampainnya biasanya dinamakan komunikasi (Braleson dan stainer dalam Aisyah 2021)

Saat ini, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi, karena dengan adanya media sosial yang semakin modern proses komunikasi juga menjadi mudah karena tidak adanya batas waktu, ruang, dan juga jarak (Watie 2016). Dalam penggunaanya, individu tidak harus bertatap muka, jarak bukanlah suatu hambatan dalam melakukan komunikasi. Kehadiran internet dan media sosial telah banyak merubah tatanan komunikasi sosial, tentunya pada zaman sekarang banyak yang sudah memiliki perangkat seperti gadget yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi jarak jauh bahkan secara internasional. Namun dalam melakukannya masyarakat juga harus memperhatikan etika dalam komunikasi dan juga harus memiliki kendali diri dalam melakukan komunikasi. Kerena kehadiran media sosial membuat kita semakin bebas dalam mengeluarkan pendapat.

Menurut data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), dari total populasi Indonesia sebesar 275.773.901 jiwa pada tahun 2023, sebanyak 215.626.156 jiwa terhubung ke internet. Tingkat penetrasi internet mencapai 77,02% pada tahun 2022 meningkat menjadi 78,1% pada tahun 2023 meningkat 79,5% pada tahun 2024. Dalam konteks ini, 3,33% pengguna internet menggunakan internet utamanya untuk berinteraksi di media sosial, seperti, *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*, *Telegram*, *Line*, *Twitter*, *YouTube*, *TikTok*, dan lainnya. (Hasil Survey APJII 2024). Berdasarkan data tersebut,

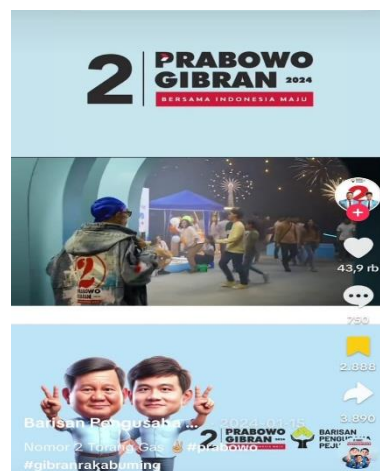
menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi dan mencari informasi, salah satunya adalah *Tiktok*. Berdasarkan data yang diungkap oleh statista pada agustus 2024, Indonesia memiliki 157,6 juta pengguna *Tiktok* sehingga membuat Indonesia menduduki peringkat pertama pengguna *Tiktok* terbanyak di dunia dengan Amerika menduduki peringkat ke dua dengan jumlah pengguna 120,5 juta dan Meksiko berada pada peringkat ke tiga dunia dengan pengguna 77,3 juta (CNN Indonesia 2024). Hal ini yang menjadikan *Tiktok* sebagai salah satu alasan Masyarakat Indonesia untuk berinteraksi karena memiliki jumlah pengguna yang sangat besar sehingga memungkinkan adanya interaksi yang luas dan beragam.

Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi khususnya media sosial yang semakin meningkat membuat media sosial dijadikan alat untuk berpolitik contohnya dijadikan sebagai media berkampanye. Media sosial menjadi medium yang *powerful* bagi politisi untuk mendukung jalannya kampanye mereka. Media sosial dapat berfungsi layaknya media massa yang mampu menyebarkan pesan pada banyak *audiens* sekaligus. (Muhammad Adnan, Nailul Mona, 2024)

Kemajuan kampanye politik saat ini telah mencapai tingkat yang pesat, tidak hanya terbatas pada pertemuan langsung tetapi juga dapat dilakukan melalui media *online* atau sosial kampanye. Keuntungan dari media *online* adalah kemampuannya untuk mendukung jalannya kampanye tanpa perlu adanya pertemuan fisik. Kampanye melalui tatap muka maupun melalui media yang dilaksanakan oleh calon legislative menjelang pemilihan umum.

Teknologi baru dalam media telah menjadi sarana komunikasi yang saat vital dalam transformasi demokrasi, karena media sosial seperti *Tiktok* dan *YouTube*, memainkan peran kunci penyebaran informasi yang cepat. Hal ini memudahkan Masyarakat juga untuk menyampaikan opini mereka mengenai calon *legislative* nantinya, yang biasa nya mereka ungkapkan melalui kolom komentar atau melalui *DM (Direct Message)* atau mengirim pesan langsung ke akun yang bersangkutan.

Melihat banyaknya pengguna media sosial terkhususnya *Tiktok* membuat para pendukung dari Prabowo Gibran memposting lagu kampanye yang diciptakan oleh seorang pemuda asal manado yang bernama Richard Jersey dengan judul lagu “*Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas*”. Akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang merupakan akun milik pendukung dari Prabowo Gibran yang memiliki 20,6 ribu pengikut , akun tersebut memposting lagu kampanye Prabowo Gibran pada tanggal 15 januari 2024 di media sosial *Tiktok* dan menghasilkan 3,2 juta penonton, 44 ribu *like*, 2.906 masuk daftar favorit, 3.924 *share*, dan 760 komentar. <https://vt.tiktok.com/ZSr7WvoqG/>



Gambar 1.1 Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran

Melihat antusias dari para pendukung dan perhatian netizen yang sampai sekarang masih sering membicarakan capres tersebut dan menyinggung lagu kampanye Prabowo Gibran, hal ini membuat penulis tertarik melakukan penelitian untuk melihat respon netizen mengenai lagu kampanye tersebut yang mereka tuliskan di kolom komentar postingan lagu kampanye Prabowo Gibran pada akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang dengan judul penelitian “Analisis Komentar Netizen Pada Akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu “ Bagaimana komentar netizen tentang Prabowo Gibran Pada Akun *TikTok* Barisan Pengusaha Pejuang dalam Postingan Lagu Kampanye Yang Berjudul “ *Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas*”?

1.3 Batasan Masalah

Agar memudahkan penulis menganalisis, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah komentar yang hanya membahas Prabowo dan Gibran pada postingan lagu kampanye Prabowo Gibran dalam akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui komentar netizen *Tiktok* mengenai Prabowo Gibran pada akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang

dalam postingan lagu kampanye yang berjudul “*Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas*”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah pemahaman dan wawasan mengenai perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi yang menyangkut pada penelitian analisis kualitatif dengan menggunakan metode netnografi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu membantu mengidentifikasi kepuasan publik terhadap kinerja Prabowo Gibran, sehingga dapat membantu mengetahui kebijakan mereka dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut Sugiyono (2021) penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Widyatama (2021), penelitian terdahulu dapat membantu peneliti untuk memahami konsep dan teori yang terkait dengan topik penelitian, serta mengidentifikasi kekurangan atau kelemahan penelitian sebelumnya. Dengan demikian penelitian terdahulu sangat penting dalam sebuah penelitian karena dapat membantu penulis dalam memahami konsep dan teori. Maka berikut adalah referensi penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul Penelitian, Dan Tahun	Metode Dan Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ghea Rae Sabrina Dan Nawiroh Vera, Komentar Positif Netizen Terhadap Film “Like&Share” Pada Komentar Instagram @Filmlikeandshare	Netnografi pendekatan kualitatif, dan teori interaksi simbolik serta teori media sosial	Hasil dari penelitian ini adalah penulis menemukan bahwa komentar positif netizen pada film “like&share” di Instagram menunjukkan adanya dukungan terhadap tema film ini.	Penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan yaitu, sama-sama menggunakan metode netnografi pendekatan kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terdapat pada rumusan masalahnya, dan media yang diteliti

2	Dian Fermina Mawati Warawu dan Nawiroh Vera, Ujaran Kebencian di Media Sosial Pada Akun <i>Instagram @Prof.tjokhowe</i> , (2020)	Metode netnografi dan teori konstruktivisme	Hasil pada penelitian ini menunjukkan akun <i>Instagram @prof.tjokhowe</i> digunakan sebagai alat menyebarkan ujaran kebencian kepada presiden Jokowi dan para pendukungnya, penelitian ini menemukan bahwa konten yang diposting pada akun tersebut mengandung bahasa kasar dan provokatif yang mengakibatkan interaksi negatif pada laman komentar. Akun tersebut berfungsi sebagai <i>platform</i> untuk memprovokasi netizen mengajak pengguna lain terlibat dalam ujaran kebencian.	Penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan yaitu pada metode yang digunakan metode netnografi pendekatan kualitatif.	Perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada tujuan penelitiannya, dan pada media yang diteliti.
---	--	---	--	---	---

Pada penelitian terdahulu diatas terdapat perbedaan dan persamaan masing-masing dengan penelitian yang akan dilakukan ini nantinya. Penelitian pertama dan kedua meemiliki persamaan pada metode yang dilakukan yaitu metode netnografi pendekatan kualitatif, yang dimana metode ini digunakan untuk menganalisis fenomena sosial dan budaya yang ada pada media sosial dengan cara fokus kepada interaksi pengguna media sosial di media sosial. Dan perbedaan yang ada pada kedua penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah, penelitian pertama menganalisis, menggambarkan dan menafsirkan budaya kelompok dengan memahami sikap, budaya, bahasa serta perilaku dan juga nilai-nilai yang terkait dengan ujaran kebencian di media sosial pada akun *Instagram* @prof.tjokhowie, kemudian pada penelitian kedua meneliti sejauh mana komentar positif dapat mempengaruhi minat penonton untuk tertarik dalam menonton film tersebut dan penelitian tersebut dilakukan menggunakan media sosial *Instagram* pada akun @filmlikeandshare, sedangkan penelitian ini ingin mengetahui komentar netizen tentang lagu kampanye Prabowo Gibran dalam *tiktok* yang berjudul “Oke Gas Parabowo Gibran Paling Pas”, pada akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang.

2.2 Pengertian Komentar

Komentar merupakan suatu bentuk tanggapan atau pendapat yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu pernyataan, tulisan, atau situasi tertentu dan bisa berupa analisis, kritik, atau dukungan, komentar juga dapat diartikan sebagai ulaan yang memberikan penjelasan atau penilaian terhadap suatu hal, baik itu dalam konteks tulisan, berita atau peristiwa (KBBI 2020)

Dalam konteks *online*, komentar seringkali ditemukan di media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twiter, TikTok, YouTube Blog* dan *situs web, forum diskusi, artikel online*. Komentar ini juga memiliki tujuan yaitu, mengungkapkan pendapat atau opini, memberikan umpan balik atau saran, membuat diskusi atau debat, menunjukkan dukungan atau simpati, membagikan pengalaman atau pengetahuan. Pada komentar ini juga memiliki dua jenis yaitu komentar positif dan negatif. Komentar positif adalah komentar yang mengungkapkan pendapat atau opini yang positif tentang suatu topik atau situasi. Dengan menggunakan karakteristik serta pola kata yang menggunakan bahasa yang sopan dan hormat, mengandung kata-kata positif, mengandung unsur-unsur emosi positif seperti kegembiraan, kepuasan, dan kebanggaan, dan menggunakan pola afirmatif, pola apresiatif, pola konfirmatif (Kusuma 2020)

Dan komentar negatif adalah komentar yang mengandung kata-kata atau kalimat yang tidak menyenangkan, tidak sopan, atau tidak hormat.(Kusuma 2020). Dan menurut Widyatama (2020), komentar negatif adalah komentar yang mengungkapkan rasa kecewa, marah, atau kesedihan terhadap suatu topik atau situasi. Dengan ditandai dengan karakteristik menggunakan bahasa kasar yang tidak hormat, dan memiliki pola konfrontatif, pola kritik, dan pola negatif.

2.3 Netizen

Netizen merupakan kata gabungan dari “*Net*” yang berarti singkatan dari internet, dan “*Citizen*” atau warga negara. Dengan demikian istilah tersebut menunjukkan bahwa netizen adalah individu yang aktif dan ikut berpartisipasi dalam komunitas *online*, baik melalui media sosial, forum, *blog*, dan *platform digital* yang lainnya. Di era perkembangan teknologi, kata netizen tidak asing lagi

bagi para pengguna media sosial terkhususnya. Netizen dapat disebut juga dengan istilah *Cybercitizen* dalam hal ini kehadiran netizen memiliki kaitan dengan adanya pengaruh media sosial. Menurut *buku Pengaplikasian Ilmu Komunikasi Dalam Proses Sosial (2023:1)*, netizen terdiri dari dua kata yaitu, internet dan *citizen* (penduduk), dengan demikian arti kata netizen adalah pengguna aktif berkomunikasi, menyampaikan, pendapat dan berkolaborasi di media internet. (Buku Pengaplikasian Ilmu Komunikasi Dalam Proses Sosial, Dalam Kumparan 2024)

2.4 Media Sosial

Media sosial adalah *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas bagi setiap penggunanya. Media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagai pesan. (B.K. Lewis 2010 dalam blog gramedia,2021)

Media sosial itu sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Hal inilah yang membuat semua pengguna internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan dimana pun. Di Indonesia sendiri, pengguna media sosial terus berkembang pesat. Berdasarkan data *We Are Sicial 2023* (dalam Abdul, Ramli, 2024), Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari 170 juta pengguna aktif. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat.

Menurut Abul dan Ramli 2024, menyebutkan ada 5 (lima) jenis-jenis media sosial yaitu, *facebook, instagram, twitter, tiktok, dan youtube*.

2.5 Tiktok

Tiktok adalah salah satu *platform* media sosial yang populer di seluruh dunia yang dilengkapi dengan berbagai fitur yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial. Dikutip dari buku *Analisis Kualitatif Dampak FYP Tiktok Karya Chusnul Rofiah & Rica Sanspuspita Rahayu* (2022:4), *tiktok* adalah salah satu media sosial yang digandrungi masyarakat, tidak hanya kaum muda namun banyak juga generasi tua yang menggunakannya. Didirikan pada maret 2012, *ByeDance, tiktok* menjadikan ponsel penggunanya sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. (Kumparan 2022)

Tiktok masuk ke Indonesia sejak tahun 2016 dan mulai menunjukkan popularitasnya pada akhir tahun 2019, dan hingga sekarang *tiktok* di Indonesia menduduki peringkat pertama pengguna paling banyak di dunia.

2.6 Pengertian Lagu Kampanye

Lagu kampanye adalah lagu yang dibuat untuk menarik perhatian masyarakat untuk memilih kandidat, lagu yang dipakai dalam kampanye biasanya adalah *jingle*. Merriam-Webster (dalam kumparan,2023). Mendefinisikan *jingle* adalah sebuah bait atau lagu pendek yang ditandai dengan pengulangan yang menarik, yang mudah diingat dan digunakan untuk mengiklankan produk di radio dan televisi.

Menggunakan lagu sebagai media kampanye politik merupakan strategi yang sudah ada sejak lama, dan sering digunakan untuk mendapatkan hati masyarakat. Penggunaan lagu saat kampanye menjadi media yang efektif untuk membangun identitas politik seorang kandidat atau parpol, dan juga bisa memfasilitasi koneksi yang lebih dalam dengan pemilih, atau sebagai pengingat *mnemonic device* atau sarana pngingat. Lagu kampanye biasanya disajikan dengan lirik lagu yang ceria dan bersemangat, memiliki kekuatan untuk merubah suasana hati yang bisa membangun semangat, pendukung dan mendorong partisipasi dalam berkampanye. (Kumparan 2023)

2.7 Computer Mediated Communication Theory (CMC)

Computer Mediated Communication Theory (CMC), dalam bahasa Indonesia yang memiliki arti komunikasi yang berwanakan komputer atau komunikasi yang diperantarakan oleh komputer, teori CMC ini tergolong baru, mulai berkembang pada tahun 1987 oleh March Smith dan rekan-rekannya.

Computer Mediated Communication (CMC), dapat secara sederhana diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara orang dengan menggunakan media komputer atau melalui komputer. (Herring dalam Sri Hadijah, 2015). Dalam konteks CMC komputer yang dimaksud tidak hanya perangkat personal komputer (PC) atau laptop, tetapi semua alat-alat yang berbasis komputer seperti, PDA, *smartphone*, tablet, dan senisnya, alat-alat tersebut disebut dengan media baru komunikasi. (Sri Hadijah, 2015).

Cakupan dari CMC itu sendiri termasuk sistem obrolan (*chating*), *World Wide Web (WWW)*, dan juga termasuk sistem tekstual, grafis, fotografi, audio dan video,

dan CMC juga mencakup pada video *youtube* dan sistem jejaring sosial dan sistem pencarian pertemanan seperti *facebook* dan lain sebagainya.

Menurut March (dalam Tiara Destriani, 2022), ada beberapa aspek komunikasi virtual yang termediasi komputer yaitu:

1. Interaksi tidak mewajibkan kesamaan lokasi antar pengguna (aspatial). Hal ini menegaskan bahwa interaksi yang terjadi tidak mewajibkan pengirim dan penerima informasi berada di waktu dan lokasi yang sama.
2. Interaksi dapat dilakukan sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pengguna pada saat terkoneksi internet. Komunikasi dapat dilakukan dalam ruang dan waktu yang sama (synchronous) dan bisa berbeda (asynchronous).
3. Interaksi terjadi melalui teks yang bisa berbentuk simbol yang menjadi medium berkomunikasi
4. Interaksi yang terjadi tidak memiliki syarat adanya kesamaan status dan tingkat pengetahuan, status spsial dan jabatan yang membuat stratifikasi tidak berlaku dimedia sosial

DeVito (dalam Anak Agung Mirah Krisnawati (2024), berpendapat *computer mediated communication* adalah proses pertukaran informasi melalui perantara atau yang dimediasi oleh komputer, melibatkan orang-orang dalam konteks tertentu untuk membentuk media dengan berbagai tujuan. Dalam teori CMC (*computer mediated communication*) media memiliki peran penting dalam keberlangsungan berkomunikasi. (Ayu Wulandari Utami, Irwan Dwi Arianto 2024)

Dengan adanya kemudahan tersebut netizen dapat membangun *image* atau citra diri dan dapat meninggalkan sebuah komentar di media sosial.

Roger 1986 (dalam Lauren, 2016), menyebutkan ada beberapa karakteristik dari CMC ini, yaitu:

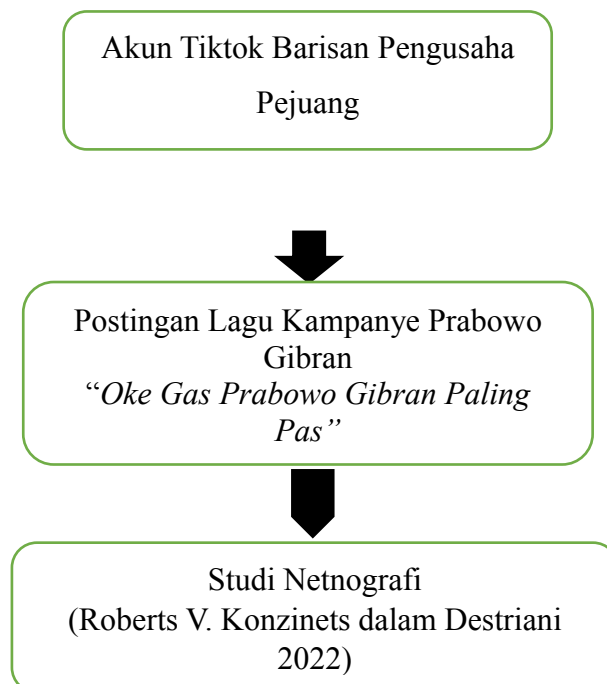
1. Khalayak yang berperan sebagai konsumen juga bisa berperan aktif sebagai produsen pesan.
2. CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima pesannya.
3. CMC menandai proses yang masif atau menyeluruh.
4. Interaktivitas adalah kualitas penting dalam sistem komunikasi diharapkan lebih akurat, efektif dan memuaskan karena partisipan dapat secara aktif terlibat dalam proses komunikasi.
5. *Feedback* atau umpan balik dalam CMC terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti pada komunikasi tatap muka.
6. CMC bersifat *asynchronous*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang berbeda, partisipan tidak perlu berada pada waktu dan tempat yang sama untuk dapat berinteraksi satu sama lain.
7. Rendahnya privasi pengguna CMC.

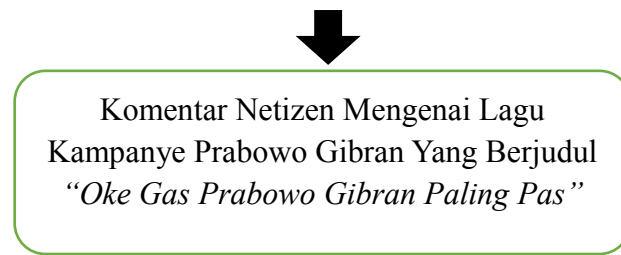
Berdasarkan penjelasan diatas penulis menggunakan teori *computer mediated communication* (CMC), dikarenakan teori tersebut relevan dengan penelitian yang akan di lakukan karena teori ini membahas tentang komunikasi yang dilakukan melalui media komputer, internet, dan media sosial. Selain itu teori ini

memberikan pemahaman mengenai bagaimana komunikasi *online* berbeda dengan komunikasi *offline*.

2.8 Kerangka Pikir

Menurut Polancik (2021), kerangka pikir adalah suatu diagram yang memiliki peran sebagai alur logika sistematis dari tema yang akan ditulis nantinya. Menurut Polancik, kerangka pikir ini dibikin berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan pada penelitian. Kemudian dari pertanyaan-pertanyaan penelitian itu menghasilkan suatu konsep yang saling berhubungan, sehingga dapat menggambarkan alur penelitian. Kerangka pikir ini sangat penting pada suatu penelitian karena dapat membantu seorang peneliti untuk menyusun penelitian yang, sistematis, logis, dan efektif. Agar lebih mudah dalam memahami alur kerja penelitian ini maka peneliti membuat kerangka pikir sebagai berikut.





Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran diatas menunjukan bahwa penelitian ini meneliti pada akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang yang memposting lagu kampanye Prabowo Gibran yang berjudul *“Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas”* dengan menggunakan studi netnografi untuk mengetahui komentar netizen mengenai lagu kampanye tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan netnografi. Bogdan dan Taylor (dalam Saputra 2019), mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Sedangkan menurut Sugiyono 2021, berpendapat bahwa metode deskriptif kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana penulis adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data yang dilakukan secara trigulasi, analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif akan lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini menggunakan metode netnografi yang mana pendekatan netnografi merupakan pendekatan untuk menggunakan etnografi ketika melakukan penelitian pada komunitas dan budaya di internet (Kozinet dalam Tiara Destriani, 2022). Netnografi adalah etnografi digital, metode netnografi ini dilakukan untuk membantu melakukan penelitian *antropologi* dengan mengandalkan komputer atau smartphone dan juga internet serta memanfaatkan informasi yang tersedia secara publik yaitu dunia maya.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode netnografi pendekatan kualitatif yang dimana digunakan untuk melihat, menganalisis, memahami dan mengumpulkan perilaku serta interaksi netizen di media sosial. Dalam metode ini

tahap teknik pengumpulan data yang digunakan hanya menggunakan teknik dokumentasi. Penulis hanya menggunakan dokumentasi, karena objek penelitian penulis berupa komentar netizen yang ada pada postingan akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang dan juga teknik tersebut digunakan karena penelitian mengumpulkan data bukan dari manusianya langsung melainkan melalui komentar netizen atau pengguna internet di media sosial. Adapun tahap pengumpulan data yang dilakukan penulis menurut (Destriani 2022), yaitu sebagai berikut.

1. Langkah pertama penulis akan membaca komentar- komentar netizen yang ada pada postingan lagu kampanye Prabowo Gibran pada akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang.
2. Langkah kedua, penulis akan memilih 100 komentar yang dipilih secara acak.
3. Selanjutnya, komentar yang telah dipilih akan di *coding* atau diberi kode sesuai dengan kategori komentar.
4. Selanjutnya proses *decoding* yaitu, menganalisa dan memahami makna dari komentar netizen untuk mengetahui pola dan tema komentar.
5. Dan setelah melalui proses *decoding* data yang telah dikumpulkan akan di olah dan dikembangkan oleh penulis.

3.3 Teknik Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode netnografi. Metode netnografi diperkenalkan pertama kali oleh Robert Kozinets pada tahun 1995, seorang profesor pemasaran di universitas York

Kanada. Konzinets memperkenalkan konsep netnografi dalam artikelnya yang berjudul *“The Field Behind Thr Screen: Using Netnography For Marketing Research In Online Communities”* sejak itu metode netnografi telah berkembang dan digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran, komunikasi, *antropologi*, dan sosiologi. Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. (Robert V Konzinets dalam Steve, Joanne Pingkan, M Tangkudung, Leviane, Lotulung, 2020).

3.3.1 Tahap Penelitian Netnografi

Menurut Kozinets (dalam Destriana 2022), menyatakan proses penelitian netnografi terdiri dari 6 (enam) tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Inisiasi

Inisiasi adalah tahap awal dari penelitian netnografi untuk memulai penelitian. Pada penelitian ini penulis memulainya dengan membuat latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta teori yang akan digunakan, hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian dengan terstruktur dan fokus.

2. Investigasi

Investigasi merupakan tahap pengumpulan data pada penelitian netnografi yang dilakukan secara *online*. Pada tahap ini penulis memilih lagu kampanye Prabowo Gibran yang ada pada *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang dan melakukan pengamatan pada laman komentar lagu tersebut,

dan kemudian data yang telah dipilih akan disimpan untuk di koding dan dianalisis. Data yang diambil dan disimpan berupa *screenshot*, *scraping*, dan *crawling*.

3. Interaksi

Interaksi netnografi berbeda dengan etnografi, hal ini karena objek studi netnografi adalah berupa jejak digital percakapan pengguna internet di media sosial. Pada tahap ini interaksi pasif atau peneliti hanya mengamati interaksi online netizen tanpa berpartisipasi secara aktif, hal ini dilakukan untuk memahami sentimen pada interaksi netizen tersebut.

4. Imersi

Kozinets 2020 (dalam tiara,2022), perbedaan imersi dalam penelitian netnografi didasari oleh beberapa alasan yang pertama netnografi didasari oleh *data site* , dimana penulis berhadapan dengan jejak online yang telah ada ketika penulis memulai penelitian. Dan yang kedua penelitin netnografi tidak memiliki *field site* atau komunitas unik yang dapat diteliti seperti etnografi. Imersi dilakukan dengan catatan imersi, penulis mencatat data digital berupa teks, dan gambar dan mengikuti akun media sosial yang membahas lagu kampanye Prabowo Gibran

5. Integrasi

integrasi adalah tahapan analisis dan interpretasi data. Pada tahap ini peneliti menggabungkan dan menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan melakukan *coding* dan *decoding* untuk mendapatkan tema, pola dan konsep yang muncul dalam data.

6. Inkarnasi

tahapan terakhir dalam penelitian netnografi adalah mengomunikasikan hasil penelitian. Penulisan netnografi bisa ditulis dalam berbagai bentuk laporan penelitian berupa skripsi, thesis, dan juga disertasi, buku, jurnal dan sebagainya. Pada tahap terakhir ini penulis membuat skripsi untuk memaparkan hasil dari penelitian.

BAB IV

DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

4.1 Sejarah Tiktok

Tiktok adalah media sosial yang di bentuk untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek berkisaran 15 detik sampai dengan 3 menit. Aplikasi yang diciptakan oleh Zhang Yiming ini dikenalkan ke publik pada september 2016, yang pada mulanya video yang berdurasi singkat mencapai popularitas pada tahun 2013 karena adanya aplikasi *Vine*, yang dimana aplikasi tersebut berbagi video klip sepanjang 6 detik, setahun kemudian munculah aplikasi *musical.ly* sebuah *platform* media sosial dari Negeri Tiongkok yang memiliki fitur edit video yang lama dibandingkan *Vine* yaitu 15 detik hingga 3 menit, awal kemunculan aplikasi *musical.ly* ini hanya berfokus pada video sinkronisasi bibir (*lipsync*), tarian menghibur, dan juga lagu-lagu. Seiring berjalannya waktu popularitasnya dengan cepat meningkat hanya dalam kurun waktu beberapa tahun.

Perusahaan induk ByteDance merupakan perusahaan tinggi yang didirikan oleh Zhang Yiming pendiri *Tiktok* memutuskan pada musim panas 2018 untuk menggabungkan konten, fitur, dan 200 juta akun pengguna *musical.ly* ke dalam *Tiktok*. Pada pertengahan 2020, nilai saham ByteDance dilaporkan sebesar US\$ 140 miliar karena pengguna *Tiktok* yang meningkat. *Tiktok* menjadi media sosial yang digunakan lebih dari 150 negara, *platform* media sosial ini telah diunduh sebanyak 3,5 miliar kali sehingga *Tiktok* dinyatakan menjadi sebagai salah satu *platform* media sosial yang digemari di dunia. (Tempo.co, 2023)

Beberapa faktor yang membuat *Tiktok* menjadi populer yaitu tampilan yang *userfriendly*, algoritma yang mengikuti perkembangan zaman dan juga konten-konten yang bervariasi menarik banyak perhatian penggunanya. Hal ini membuat *tiktok* menjadi platform media sosial yang aktif dan selalu menyajikan konten-konten baru yang menarik perhatian penggunanya.(Gamedia,2024)

4.2 Perkembangan Tiktok di Indonesia

Tiktok menjadi aplikasi mendunia sejak diluncurkan pada 2016, kerbhasilan yang di dahului oleh *musical.ly* pada 2018, yang kemudian memperluas jangkauan dan meningkatkan fitur-fitur yang terus menarik perhatian pengguna. Di Indonesia, *Tiktok* memiliki perkembangan yang sangat pesat terutama pada saat pandemi *covi-19* dengan jumlah pengguna *Tiktok* meningkat sangat cepat dari 17% pada tahun 2020 dan menjadi 40% pada tahun 2022. Pada Januari 2024 jumlah pengguna *Tiktok* di Indonesia mencapai 126,83 juta, meningkat sebanyak 19,1% dari tiga bulan sebelumnya. Dengan jumlah pengguna *Tiktok* yang mencapai 126,83 juta tersebut, berhasil membuat Indonesia menjadi pengguna *tiktok* terbesar di dunia mengalahkan Amerika Serikat.(JsP 2024)

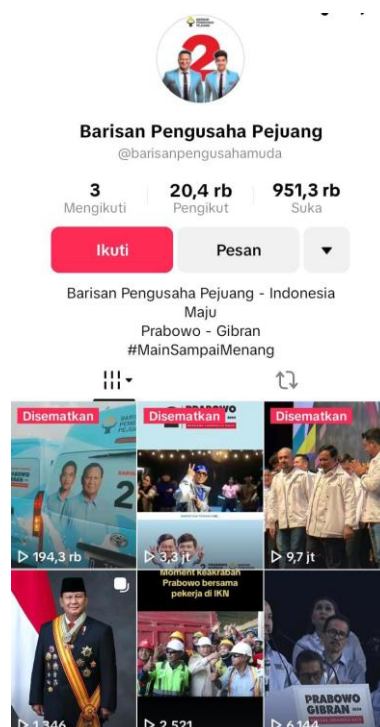
Menurut (RRI 2024) tingginya pengguna *Tiktok* di Indonesia memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu, karena pertumbuhan digital yang sangat pesat di kalangan generasi muda di Indonesia yang telah menciptakan pasar yang subur untuk platform media sosial, dan faktor yang kedua meningkatnya aksesibilitas *smartphone* di seluruh penjuru di Indonesia yang banyak memilih untuk terhubung ke internet dan aplikasi *Tiktok*, dan faktor yang terakhir yaitu tingginya kreativitas dan kemampuan pengguna *Tiktok* dalam berkarya sehingga dapat memanfaatkan platform media sosial ini untuk

mengekspresikan diri dalam bebrbagai jenis konten, yang dimulau dari tarian, komedi, tutorial, dan promosi.

4.3 Barisan Pengusaha Pejuang

Barisan Pengusaha Pejuang merupakan akun *Tiktok* pendukung dari PrabowoGibran yang dibentuk pada tahun 2023 sebelum pemilihan presiden dan wakil presiden periode 2024-2029. Akun yang memiliki 20,4 ribu pengikut, 3 mengikuti, 951,3 ribu suka, dan memiliki 24 postingan yang salah satunya memposting lagu kampanye Prabowo Gibran.

Dengan menggunakan media sosial *Tiktok*, membuat akun Barisan Pengusaha Pejuang dapat menjangkau audiens secara lebih luas, yang dikarenakan pengguna *Tiktok* yang semakin hari semakin meningkat.



Gambar 4.3 Akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Setelah membaca laman komnetar di akun *tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang pada postingan lagu kampanye Prabowo Gibran serta mencari informasi mengenai paslon capres dan cawapres yang telah terpilih sekarang dan kemudian penulis membuat catatan imersi. Penulis mengambil komentar netizen yang secara khusus membahas Prabowo Gibran pada saat sebelum pemilihan presiden dan setelah terpilihnya Prabowo dan Gibran menjadi presiden periode 2024-2029. Berikut adalah tabel komentar sebelum terpilihnya Prabowo dan Gibran sebagai presiden dan wakil presiden.

5.1 Tabel Komentar 15 Januari 2024– 7 Februari 2024

kode	Komentar	Tanggal komentar	coding	Catatan
1	All in Prabowo Gibran (@yusril.id)	15-01-2024	Semangat dan antusias	Memiliki rasa semangat, kesetiaan, dan optimis serta memiliki kepercayaan adalah bentuk dari dukungan.
2	Kalau ada kegiatan begini jadi menguntungkan para pedagang nggak sih, semangat terus tim Prabowo Gibran	15-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
3	Gas gas no 02 lanjut gas, Prabowo Gibran (@AN66@fther'he lls)	17-02-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
4	Nggak tau mau bilang apa, dari 10	17-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1

	tahun yang lalu setia mendukung pak prabowo , semoga kali ini sesuai harapan (@listi biniknyakamue)			
5	Apapun pilihanmu, Prabowo presidenku (@teh gelas)	17-01-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
6	01 dan 03 ketar ketir (@liethabrisam cobain)	17-01-2024	Persaingan pendukung	Persaingan antar pendukung dari paslon capres dan cawapres yang melontarkan kalimat sindiran dengan tujuan ingin menjatuhkan lawan
7	Jambi 100% prabowo	17-01-2023	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
8	Kita gas (@nando)	18-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
9	Kamu pilih 02, fix lo teman gua (@david jo)	118-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
10	Gua semenjak dah wajib milih presiden yang selalu gua pilih yah pak prabowo meskipun dulu kalah gua yakin kali ini harus menang jalur langit gas (@qill_rmdhn)	21-01-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
11	Aura kemenangan sudah terasa (@A farhan)	25-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1
12	Prabowo Gibran paling pas, oke gas oke gas no 2 torang gas (@yantiginting_re'	18-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1

	charo1702)			
13	Tetap nomor 2 presidenku (@badra badra)	23-01-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
14	Satu kali putaran all in prabowo gibran (@saydan)	22-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1
15	Gas prabowo gibran (@aldriano)	19-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
16	Full family 02 gas,, yang laen sorry ye (@CKN BUSID STORE)	16-01-2024	Ssemangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
17	All in prabowo gibran (@lisna kurniawan)	16-01-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
18	All in 02 (@christy)	07-02-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
19	Prabowo gibran satu putaran (@mon pakhi)	19-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1
20	Semua orang suka prabowo gibran (@it's muna)	17-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
21	Gas lah masa engga (@kamilacantik)	18-01-2024	Semangat antusias	Lihat catatan nomor 1
22	Indonesia timur siapkan menangkan prabowo (@skb29)	17-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
23	Ayo ges, menangkan prabowo gibran (@muwiffee)	22-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
24	Daerah ku banyak pendukung 01, tapi 50:50 sih, yakin prabowo bisa nyusul (@md saken)	17-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1
25	#02MENANGSAT UPUTARAN (@ASENLY007)	04-02-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor 1
26	All in Prabowo (@Aziz Bahtiyar)	18-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1

27	Semua akan prabowo gibran pada waktunya (@Lala Sa)	19-01-2024	Semangat dan optimis	Lihat catatan nomor1
28	Kita gas! (@nando)	18-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
29	Oke gas(emot dua jari) (@nursafitrah)	17-01-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
30	Pak prabowo gibran tetap dihati (@Ria)	18-01-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1

Dalam tabel komentar tersebut terdapat 30 komentar netizen yang dimulai pada tanggal 15 januari sampai dengan 7 februari 2025 yang berisi dominan komentar positif yaitu mendukung pro Prabowo Gibran.

5.1 Tabel Komentar 8 Februari 2024 – mei 2025

kode	Komentar	Tanggal komentar	Koding	Catatan
1	Untung pilih 02 memang benar dah INDONESIA EMAS OKE GAS (@Hugo perdana)	21-03-2024	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1
2	Uuu aku pendukung mu Prabowo (@hello_there)	05-06-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
3	Kesini buat nertawain kalian (@MomA)	02-06-2024	Kebencian terhadap suatu kelompok	Komentar dengan nada sarkastis dan sinis, setelah pemilu berlangsung yang menunjukkan penulis komentar ingin merendahkan atau mengejek pihak yang memilih

				Prabowo Gibran
4	Nyesel nggak (@bagus)	22-08-2024	Kebencian terhadap suatu kelompok	Lihat catatan nomor 3
5	Huhu ga kerasa bentar lagi pak jendral mau dilantik, kesni mau bernostalgia dulu gimana seru seru dan puyeng nya menghadapi anak abah pas pemilu (@yaa)	18-09-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatana nomor 1
6	Kesini lagi , kangen moment ini, selamat bapak jendral (@emilia_bfd)	22-10-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
7	Dengerin lagu ini sambil liat berita di negara ini ternyata seru juga (@Mayshi)	03-05-2025	Kekecewaan terhadap kinerja	Setelah melihat kinerja presiden dan wakil presiden yang terpilih tidak sesuai dengan keinginan netizen membuat netizen berkomentar dengan menyindir pendukung dan paslon yang terpilih dan pendukungnya
8	Jangan joget aja, yang penting kerja nyata dilapangan di tunjukan apa lagi di desa desa (@Yntaana)	03-05-2025	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
9	Teman saya dulu sering joget oke gas oke gas, eh	01-10-2024	Kebencian terhadap suatu	Lihat catatan nomor 3

	sekarang malah bingung mau minjem uang , saya suruh aja joget biar dapat bansos (@Ghazza's)		kelompok	
10	Dateng lagi nih cuman mau pamer ke yang komen “emang bisa satu putaran?” woi bapakku prabowo udah jadi presiden wpo, baru kali ini liat video kampanye sampai nangis ketawa “(@siapa?)	24-10-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
11	Tabrak-tabrak masuk aturan kita ubah pasti masuk (@ROHIM)	22-08-2024	Kekecewaan terhadap kebijakan	Keputusan MK (Mahkamah Konstitusi) yang merubah syarat usia cawapres sehingga Gibran bisa maju mencalonkan dirinya menjadi cawapres dari Prabowo.
12	Gw malu setel musik ini kalau dikampus, disangka iq 58 (@hakimmm4)	27-09-2024	Kebencian terhadap suatu kelompok	Lihat catatan nomor 3
13	Ok gas ok gas omong – ommong doang gas (@imiqbin)	27-04-2025	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
14	Bray please lah gimane (@rans)	17-04-2024	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
15	Gimana bray tetap oke gas, atau dana buzer	06-04-2024	Kebencian terhadap suatu	Lihat catatan nomor 3

	belum cair (@oktaravi)		kelompok	
16	Harusnya dijadiin mentri (@S-winda-N)	14-12-2024	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
17	Anak abah sorry yeee (@Ami lily)	05-11-2024	Persaingan pendukung	Persaingan antar pendukung dari paslon capres dan cawapres yang melontarkan kalimat sindiran dengan tujuan ingin menjatuhkan lawan.
18	Balik lagi sini mendekati pelantikan , mashaAllah Tabrakallah (@pikooichan)	04-10-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat atatan nomor 1
19	Saya putar lagu ini disaat kerja langsung diangkat jadi direktur, hidup maha besar keluarga jokowi (@thespecial)	01-06-2024	Kebencian terhadap suatu kelompok	Melihat wakil presiden merupakan anak dari mantan presiden Indonesia Joko widodo membuat netizen merasa adanya campur tangan dari mantan presiden tersebut dengan hasil pemilihan capres pada tahun 2024- 2029
20	Oke gas oke gas mari kita cari gas (@oktaravu)	30-03-2025	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
21	Gimana bray? (@vannd)	05-04-2024	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
22	Sekarang susah cari gas, makan tu	02-04-2024	Kekecewaan terhadap	Lihat catatan nomor 7

	nomor 2 (@Hermannto satrio electric)		kinerja	
23	Uang KKN kena efisiensi anj (@cinde laras)	19-04-2024	Kekecewaan terhadap kinerja	Lihat catatan nomor 7
24	Tabrak tabrak masuk nabarak etik MK yang penting masuk , meski jauh jarak paandang , uasaha apapun yang penting menang (@deni)	27-04-2024	Kekecewaan terhadap kebijakan	Lihat catatan nomor 11
25	Prabowo Gibran jago (@reny zulfiani)	18-05-2024	Semangat dan kesetiaan	Lihat catatan nomor 1
26	Salam dua jari (@Nuyashi)	02-03-2025	Semangat dan antusias	Lihat catatan nomor 1

Tabel diatas berisikan 26 komentar netizen pada tanggal 8 februari 2024 sampai dengan mei 2025. Komentar netizen yang ada pada kedua tabel tersebut diambil secara khusus berdasarkan komentar netizen yang membahas Prabowo Gibran dalam bentuk kata-kata, sehingga memungkinkan penulis untuk lebih mudah memahami sentimen dan opini netizen terhadap pasangan presiden tersebut. Kemudian dari tabel tersebut penulis membuat tabel abstraksi, tabel abstraksi ini penulis buat bertujuan agar memudahkan penulis dalam menganalisis. Berikut adalah tabel abstraksi yang penulis buat.

5.1 Tabel Abstraksi

No	koding	Kategori
1	Semangat dan antusias (kode nomor, 1, 2, 3, 7, 8, 9, 12, 15, 20, 21, 22, 23, 26, 28, 29, 1, 5, 26)	Katgori mendukung atau pro terhadap Prabowo Gibran
2	Semangat dan kesetiaan (kode nomor, 5, 10, 13, 16, 17, 18, 30, 6, 10, 18, 25)	
3	Semangat dan optimis (kode nomor, 4, 11, 14, 19, 24, 25, 27)	
4	Persaingan pendukung (kode nomor, 6, 17)	Kategori sindiran
5	Kebencian terhadap suatu kelompok (kode nomor, 3, 4, 9, 12, 15, 19)	
6	Kekecewaan terhadap kinerja (kode nomor, 7, 8, 13, 14, 16, 20, 21, 22, 23)	
7	Kekecewaan terhadap kebijakan (kode nomor, 11, 24)	

Dari tabel tersebut penulis mendapatkan 7 (tujuh) abstraksi atau rangkuman dari komentar yang dipilih yaitu komentar, semangat dan antusias, semangat dan kesetiaan, semangat dan optimis, persaingan pendukung, kebencian terhadap suatu kelompok, kekecewaan terhadap kinerja, serta kekecewaan terhadap kebijakan, dan penulis menemukan 2 (dua) kategori komentar. Berikut 2 (dua) kategori komentar tersebut yang penulis temukan setelah melakukan analisis.

Tabel 5.1 Hasil Penelitian, 2025

Kategori mendukung atau pro terhadap Prabowo dan Gibran	Kategori sindiran
Definisi kategori Postingan komentar yang berisikan pernyataan atau ekspresi melalui emoticon yang secara langsung maupun tidak langsung menunjukkan kesetiaan, antusiasme, serta optimisme dalam mendukung Prabowo dan Gibran Contoh komentar: Gua semenjak dah wajib milih presiden yang selalu gua pilih ya pak prabowo meskipun dulu kalah gua yakin kali ini harus menang, jalur langit gas.	Definisi kategori Komentar yang berisikan pernyataan atau ekspresi melalui emoticon yang mengandung makna kritik atau ejekan secara tidak langsung dan biasanya menggunakan kata ironi, sarkasme, dan ambigu Contoh komentar Harusnya dijadiin mentri!!

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2025

Dua kategori komentar yang penulis dapatkan setelah melewati proses koding pada data yang telah dikumpulkan dan dikelompokan berdasarkan tanggal komentar sebelum pemilu dan setelah pemilu, yang kemudian penulis analisis, proses koding ini merupakan proses memberi kode, dimana penulis mengidentifikasi tema, sentimen pada komentar netizen dan memberikan label atau kode nomor untuk masing-masing data komentar yang telah penulis kumpulkan, kemudian penulis membaca data komentar tersebut secara berulang-ulang, sehingga barulah penulis mendapatkan 2 (dua) kategori komentar dari koding tersebut.

5.1.1 Kategori Mendukung atau Pro Terhadap Prabowo Gibran

Setelah membaca komentar netizen yang mendukung atau pro terhadap Prabowo dan Gibran mengingat pada pemilihan presiden dan wakil periode 2024-2029 banyak berita-berita yang membuat pro dan kontra antar netizen yang salah satunya adalah keputusan MK (Mahkamah Konstitusi) yang dimana tertulis pada pasal 169 huruf q UUD nomor 7 tahun 2017 tentang pemilu, yang menyatakan bahwa, seseorang yang belum genap berusia 40 tahun bisa maju menjadi calon presiden dan wakil presiden, dengan syarat berpengalaman menjadi kepala daerah atau jabatan lain yang dipilih melalui pemilu.(Kompas.com 2024)

Berdasarkan hal tersebut mengakibatkan pro dan kontra pada sebagian masyarakat, tetapi banyak juga yang senantiasa mendukung Prabowo dan Gibran untuk maju dalam hal apa pun, seperti memberikan komentar positif berupa dukungan melalui postingan lagu kampanye Prabowo Gibran pada akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang. Berikut adalah contoh dari komentar netizen

Gua semenjak dah wajib milih presiden yang selalu gua pilih ya bapak Prabowo dan Gibran, meskipun dulu kalah gua yakin kali ini menang jahur langit gas. (@aqil)

Jambi 100% Prabowo (@MD Hasan)

Nggak tau mau ngomong apa, dari 10 tahun lalu setia mendukung pak Prabwo, semoga kali ini sesuai harapan#prabowo gibran.(@listibiknyakmoe)

Pada kolom komentar postingan lagu kampanye Prabowo Gibran terdapat banyak sekali komentar positif yang mendukung, dengan bentuk kalimat, semangat dan kesetiaan, semangat dan antusias, dan semangat serta optimis.

5.1.2 Kategori Sindiran

Kategori komentar ini merujuk pada komentar netizen yang menggunakan bahasa yang tidak langsung untuk mengkritik, menyampaikan pendapat sebelum dan setelah terpilihnya Prabowo Gibran menjadi presiden dan wakil presiden yang terpilih. Berikut contoh komentar netizen kategori sindiran

Tabrak -taabrak masuk ,, nabrak etik MK yang penting masuk,, meski jarak pandang,,, usaha apapun yang penting menang. (@deni)

Dengerin nya sambil dengar berita negara ini ternyata seru juga (@Mayshi)

Komentar netizen pada kategori ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi presiden dan wakil presiden Prabowo Gibran untuk meningkatkan kinerja mereka untuk lebih baik lagi.

5.2 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat respon netizen mengenai Prabowo dan Gibran. Mengetahui respon masyarakat online atau netizen sangat penting untuk dilakukan untuk memahami kepuasan publik terhadap kinerja mereka, mengidentifikasi isu-isu baru yang muncul dan meningkatkan akuntabilitas. Dalam konsep pemerintahan akuntabilitas berarti pemerintah harus bertanggung jawab atas kebijakan dan tindakan mereka, serta memberikan penjelasan kepada publik bagaimana mereka menjalankan kekuasaan mereka yang telah dipercayakan. Selain itu respon netizen juga dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi kinerja presiden dan wakil presiden. Dengan demikian, pemerintah dapat mengetahui harapan publik sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan mereka dan kebijakan mereka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dalam penelitian ini metode yang dipakai yaitu metode kualitatif pendekatan netnografi, yang dimana metode ini digunakan untuk melihat dan mempelajari perilaku, interaksi dan budaya yang ada dilingkungan online. Netnografi mengumpulkan dan menganalisis data online untuk memahami dinamika sosial, perilaku dan opini dalam konteks digital. Dan pada penelitian ini penulis menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang dimana teori ini mempelajari tentang komunikasi yang dilakukan melalui media komputer, seperti internet, media sosial, email dan lain-lain. Metode Netnografi dan teori CMC yang penulis gunakan dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis komentar netizen mengenai Prabowo dan Gibran, membantu memahami respon netizen serta dinamika online dari masa kampanye hingga sekarang.

Hasil dari penelitian ini setelah dilakukan penelitian dengan menganalisis dua tabel komentar yang kemudian dibentuk dalam tabel abstraksi ditemukan bahwa pada tabel pertama yang berisikan 30 (tiga puluh) komentar dari tanggal 15 Januari 2024 sampai dengan 7 Februari 2024 atau pada saat masa kampanye sedang berlangsung, dominan komentar netizen bersifat positif mendukung Prabowo Gibran. Namun pada tabel kedua yang berisi 26 (dua puluh enam) komentar dari tanggal 7 Februari 2024 sampai dengan Mei 2025, setelah Prabowo Gibran terpilih dan telah menjabat, komentar netizen berubah drastis menjadi komentar sindiran dan kritik terhadap kinerja mereka. Hal ini didasari oleh masyarakat yang awalnya memiliki harapan besar terhadap pasangan presiden tersebut, namun setelah melihat kinerja mereka yang belum memuaskan, netizen mulai mengungkapkan kekecewaan dan aspirasi mereka melalui kolom komentar

postingan lagu kampanye Prabowo Gibran dalam akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang. Perubahan komentar netizen ini disebabkan adanya ketidak puasaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah yang belum memenuhi harapan mereka. Pada penelitian ini penulis menemukan ada 2 (dua) kategori komentar. Kategori komentar tersebut adalah, kategori mendukung atau pro terhadap Prabowo dan Gibran, serta kategori sindiran.

Pada kategori pertama ini penulis melihat netizen yang mendukung Prabowo Gibran, beberapa dari mereka memang sudah setia mendukung Prabowo Gibran sedari awal mereka mencalonkan diri menjadi Presiden dan wakil presiden hingga sekarang telah resmi dan sudah menjalankan tugas mereka sebagai presiden dan wakil presiden. Dengan ikut berkomentar pada postingan lagu kampanye Prbowo Gibran di akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang, berkomentar dengan menunjukkan semangat antusias, semangat dan kesetiaan serta semangat dan optimis dan ada juga yang berkomentar hanya dengan emoticon yang menunjukkan ekspresi perasaan kesetiaan dan dukungan.

Kategori yang kedua yaitu Sindiran. Melihat banyak yang mendukung dan mengapresiasi sudah pasti ada yang tidak suka, pada kategori ini setelah penulis membaca dan menganalisis, penulis menemukan banyak komentar sindiran yang mereka tuliskan setelah Prabowo dan Gibran resmi dilantik dan telah menjalankan tugas mereka menjadi presiden dan wakil presiden komentar sindiran tersebut berupa kalimat ungkapan ekspresi kekesalan dan juga ketidaksukaan mereka secara tidak langsung dengan berkomentar yang mengandung ejekan, kritik, dan dengan bahasa yang ambigu serta ironi. Pada kategori ini penulis melihat komentar sindiran yang tertuju pada kinerja Prabowo dan Gibran yang dianggap

netizen belum berjalan dengan baik dan hanya merugikan masyarakat, dalam kategori ini juga ada yang berkomentar secara tidak langsung dengan kata-kaata dan emoticon yang menyinggung kebijakan baru MK (Mahkamah Konstitusi) mengenai peraturan baru usia capres dan cawapres dan menganggap adanya partai keluarga.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pada postingan lagu kampanye Prabowo Gibran pada akun *Tiktok* Barisan Pengusaha Pejuang komentar netizen mengenai Prabowo dan Gibran dari masa kampanye hingga terpilihnya Prabowo Gibran sebagai presiden dan wakilpresiden terdapat 2 (dua) kategori yaitu, kategori mendukung atau pro terhadap Prabowo Gibran, dan kategori sindiran, dapat disimpulkan secara khusus bahwa komentar netizen yang paling banyak berupa komentar positif yang mendukung atau pro terhadap Prabowo Gibran. Kesimpulan ini mewakili dari 2 (dua) kategori berikut ini:

- a. Kategori mendukung atau pro terhadap Prabowo dan Gibran, pada laman komentar lagu kampanye Prabowo Gibran tersebut, ditentukan bahwa komentar positif berupa dukungan yang mengarah kepada Prabowo dan Gibran. Komentar dukungan tersebut berupa pernyataan atau kalimat yang menunjukkan rasa kesetiaan, antusiasme, optimis, pembelaan dan kepercayaan.
- b. Kategori sindiran, pada kategori ini dapat dijadikan oleh Prabowo dan Gibran sebagai bahan evaluasi kinerja mereka yang belum sesuai dengan keinginan masyarakat. Selain itu pada bagian ini ada beberapa komentar yang kecewa terhadap kebijakan baru MK (mahkamah konstitusi) yang menambahkan peraturan baru pada waktu yang kurang tepat sehingga mengakibatkan banyaknya argumen-argumen netizen yang belum jelas kebenarannya.

6.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka penulis mendapatkan beberapa saran yang nantinya diharapkan dapat berguna kepada pihak yang bersangkutan.

- a. Untuk tim dari paslon yang nantinya akan berjuang untuk meraih kemenangan, memilih media sosial terkhususnya *tiktok* sebagai media kampanye merupakan ide baik, sebagai contohnya video lagu kampanye Prabowo Gibran yang telah sukses menyita perhatian netizen, dan selain itu sebaiknya tim sukses hendaknya menyiapkan tim untuk memantau interaksi netizen pada kolom komentar untuk mengantisipasi terjadinya kesalah pahaman dan menyiapkan respon yang tepat untuk mengatasi komentar tersebut.
- b. Untuk netizen berikanlah rasa hormat terhadap lawan politik dan pendukungnya agar terciptanya lingkungan online yang lebih positif.
- c. Untuk peneliti selanjutnya yang menggunakan metode netnografi, penelitian ini seharusnya bisa dijadikan referensi untuk melakukan penelitian dengan mengubah kategori sesuai dengan hasil penelitian masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nur, 2021. *Reprentasi Kekerasan Simbolik Dalam Perselingkuhan*. Bengkulu: Universitas Dehasen.
- Arnus hadijah sri, 2015. *Computer mediated communication (cmc), pola baru komunikasi*. Universitas ushuludin. Vol 8, no. 2
- Destriani Tiara, 2022. *Studi Netnografi Mengenai Vaksin Covid-19 Pada Podcast Dady Corbuzier*. Universitas Dehasen Bengkulu
- Jayus, Sumaiyah, Mairita Desy, Abdulah Assyari, 2024. *Media Sosial Sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024*. Universitas Muhammadiyah Riau, Universitas Islam Negeri Syarif Kalim Riau: Jurnal Simbolik
- Krisnawati Mirah Ayu Agung Anak, 2024. *Tren Pengguna Teknologi Komunikasi Smartphone Terhadap Hubungan Pasangan Jarak Jauh*. Universitas Bina Nusantara: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JSTI). Vol.5, No. 6
- Pratama Ngurah Gusti I, Setianingsih Ida Alit Ketut Ni, 2023. *Variasi Dan Karakteristik Komentar Netizen Di Media Sosial*. Denpasar Bali Universitas Udayana
- Qadir Abdul, Ramli M, 2024. *Media Sosial (Definisi Sejarah Dan Jenis-Jenisnya)*. Uin Banjarmasin: Jurnal Agama, Sosial Budaya. Vol.3, No. 6
- Sugiyono, 2021. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, Dan R&D*
- Sabrina Rae Ghea, Nawiroh Vera, 2023. *Komentar Positif Netizen Terhadap Film Like&Share (Studi Netnografi Aku Instagram @Filmlikeandshare)*. Universitas Budi Luhur Jakarta. Vol. 3, No. 5
- Waruwu Mawarti Fermina Dian, Vera Nawiroh, 2020. *Ujaran Kebencian Di Media (Studi Netnografi Di Akun Instagram @Prof.Tjokhwe)*. Universitas Budi Luhur Jakarta. Vol. 1, No.1

Internet

Tempo Diakses Pada 26 April 2025. Profil *Tiktok*
<https://www.tempo.co/ekonomi/profil-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan-204245>

Gramedia Diakses Pada 26 April 2025. Penemuan *Tiktok*

https://www.gramedia.com/best-seller/penemu-tiktok/?srsltid=Afmboooehbzdegrwlgjbt-Ced-C38clgc_Vrdinpesggxytdc8_Jigrf

Jsp Diakses Pada 26 April 2025. Perkembangan *Tiktok* Di Indonesia

<https://jsp.co.id/perkembangan-tiktok-di-indonesia/>

Info Hukum Diakses Pada 27 April. Kampanye Perkembangan Dan Jenisnya

<https://fahum.umsu.ac.id/info/apa-itu-kampanye-sejarah-perkembangan-dan-jenisnya/>

RRI Diakses Pada 7 Mei 2025. Rekam Jejak Perjuangan Prabowo Subianto Menuju RI-1

<https://www.rri.co.id/nasional/1062002/rekam-jejak-perjuangan-prabowo-subianto-menuju-ri-1>

Kompas.Com Diakses Pada 7 Mei 2025. Mk Ubah Syarat Capres-Cawapres, Gibran Bisa Maju Pilpres 2024

<https://nasional.kompas.com/read/2023/10/16/16364111/mk-ubah-syarat-capres-cawapres-gibran-bisa-maju-pilpres-2024?page=all>

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
 Nomor : 303 C /UNIVED.F-5/A-4/X/2024
 TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PADA FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU TA. 2024/2025

DEKAN FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL

- Menimbang :**
- Bahwa untuk menunjang kelancaran pelaksanaan penyusunan Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Jenjang Strata Satu (S-1) Universitas Dehasen Bengkulu, perlu ditunjuk Dosen pembimbing penyusunan Skripsi TA. 2024-2025
 - Bahwa nama dosen yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dianggap cakap dan mampu untuk melaksanakan tugas yang diembannya.
 - Bahwa untuk keperluan sebagaimana tersebut pada butir (a) di atas perlu ditetapkan dengan keputusan Dekan
- Mengingat :**
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 37 tahun 2009 tentang Dosen
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI Nomor 44 tahun 2015 tentang standar Nasional Pendidikan Tinggi
 - Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
 - Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI No. 658/KPT/I/2017 tentang Izin Penyatuan Akademik Kebidanan Dehasen dan STIKes Dehasen ke Universitas Dehasen Bengkulu;
 - Keputusan Yayasan Nomor. 099/Y-D/B-2/X/2022 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :**
- Pertama :** Menunjuk saudara-saudara :
- | | |
|---|--|
| Nama | : Sri Narti, M.I.Kom. |
| NIDN | : 0215128202 |
| Jabatan Akademik | : Lektor |
| Sebagai Dosen Pembimbing Utama (I) | |
| Nama | : Dilmal Putra, S.Sn.,M.Sn. |
| NIDN | : 0205058303 |
| Jabatan Akademik | : Asisten Ahli |
| Sebagai Dosen Pembimbing Pendamping (II) | |
| Untuk membimbing Skripsi mahasiswa : | |
| Nama | : Anisa Sukma |
| NPM | : 21100095 |
| Judul Skripsi | : Analisis Kornentar Netizen pada Youtube dalam Postingan Richard Jersey "Lagu Kampanye Prabowo Gibran". |
- Kedua :** Mengesahkan judul skripsi tersebut di atas dengan ketentuan bahwa judul tersebut dapat dirubah atas petunjuk dan saran dari pembimbing serta melaporkannya kepada Ketua Program Studi masing-masing.
- Ketiga :** Lamanya waktu bimbingan 6 (Enam) bulan terhitung sejak ditetapkannya keputusan ini.
- Keempat :** Mahasiswa yang tidak dapat menyelesaikan skripsi sampai batas waktu yang telah ditetapkan, dinyatakan batal dan harus diajukan kembali seperti persyaratan baru.
- Kelima :** Biaya bimbingan skripsi dibebankan kepada mahasiswa yang bersangkutan. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dengan ketentuan akan diperbaiki apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Bengkulu
 Pada Tanggal : 15 Oktober 2024


Dra. Maryeningsih, M.Kom.
 NIP. 19690520 199402 2 001

10/06/25 12.07

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR - Portal Akademik



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS ILMU - ILMU SOSIAL

Jln. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu , Telp. (0736) 22027

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : ANISA SUKMA
NPM : 21100095
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Alamat : BETUNGAN BENGKULU Kelurahan Betungan Kecamatan Selebar
No. Telp / HP : 08962990528
Judul Tugas Akhir : Analisis komentar netizen Pada YouTube Dalam Postingan Richard Jersey Lagu Kampanye Prabowo Gibran (Studi Netnografi Pada YouTube Richard Jersey)
Analysis of Netizen Comments on YouTube in Richard Jerseys Post of Prabowo Gibrans Campaign Song (Netnographic Study on Richard Jerseys YouTube)
Semester Mulai : Gasal 2024/2025
Dosen Pembimbing : Sri Narti, M.I.Kom (Pembimbing Utama)
 Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn. (Pembimbing Pendamping)
Dosen Penguji :
Riwayat Bimbingan : Pembimbing Utama

Jenis Kelamin : P

KE	TANGGAL BIMBINGAN	DOSEN	URAIAN BIMBINGAN	TTD	
				MHS	PEMB
1	2	3	4	5	6
1	05 Maret 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Tambahkan sitasi di latar belakang Bab 1	A	A
2	10 Maret 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Ganti teori dan perbaiki kerangka berpikir di Bab 2	A	A
3	13 Maret 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Revisi teknik analisis data di Bab 3 dan perbaiki penulisan dari Bab 1- Bab 3	A	A
4	14 Maret 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Acc ujian seminar proposal	A	A
5	10 Mei 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Perbaiki sistematika penulisan di BAB 4 & 5 dan hasil penelitian dibuat dalam bentuk tabel supaya jelas dan rinci.	A	A
6	13 Mei 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Perhatikan kembali coding dan decoding lalu pertajam analisisnya di hasil penelitian dan pembahasan BAB 5	A	A
7	22 Mei 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Perdalam analisis di bagian pembahasan BAB 5 dan lengkapi lampiran hasil coding dll.	A	A
8	25 Mei 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Kesimpulan belum menjawab tujuan penelitian dan abstrak direvisi khususnya di bagian hasil penelitiannya. Lengkapi seluruh lampiran skripsi.	A	A
9	31 Mei 2025	Sri Narti, M.I.Kom	Acc ujian skripsi	A	A

Mengetahui,



Pembimbing Utama

Sri Narti, M.I.Kom

NIDN: 0215128202

6/4/25, 6:34 AM

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR - Portal Akademik



UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU

FAKULTAS ILMU - ILMU SOSIAL

Jln. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu, Telp. (0736) 22027

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : ANISA SUKMA
NPM : 21100095
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Alamat : BETUNGAN BENGKULU Kelurahan Betungan Kecamatan Selebar
No. Telp / HP : 08962990528
Judul Tugas Akhir : Analisis komentar netizen Pada YouTube Dalam Postingan Richard Jersey Lagu Kampanye Prabowo Gibran (Studi Netnografi Pada YouTube Richard Jersey)
Analysis of Netizen Comments on YouTube in Richard Jerseys Post of Prabowo Gibrans Campaign Song (Netnographic Study on Richard Jerseys YouTube)
Semester Mulai : Gasal 2024/2025
Dosen Pembimbing : Sri Narti, M.I.Kom (Pembimbing Utama)
Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn. (Pembimbing Pendamping)
Dosen Penguji :
Riwayat Bimbingan : Pembimbing Pendamping

Jenis Kelamin : F

KE	TANGGAL BIMBINGAN	DOSEN	URAIAN BIMBINGAN	TTD	
				MHS	PEMB
1	2	3	4	5	6
1	17 Januari 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	Tambahkan Fenomena yang terjadi ke dalam latar belakang	f	f
2	22 Februari 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	penelitian terdahulu sesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan, jelaskan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan	f	f
3	05 Februari 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	lengkapi daftar pustaka dan sesuaikan sistematika penulisan dengan buku panduan	f	f
4	18 Februari 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	ACC ke PU	f	f
5	28 Mei 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	Kelompok kan komentar netizennya berdasarkan teori yang digunakan	f	f
6	03 Mei 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	Perkuat analisis komentar dengan melampirkan data screenshot	A	f
7	07 Mei 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	Buat kesimpulan, -lengkapi abstrak	f	f
8	09 Mei 2025	Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.	ACC ke Pembimbing Utama	f	f

Mengetahui,



Pembimbing Pendamping

Dilmai Putra, S.Sn., M.Sn.
NIDN: 0205058303



UNIVERSITAS DEHASEN (UNIVED) BENGKULU
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Meranti Raya No.32 Sawah Lebar Kota Bengkulu Telp (0736) 22027 Fax (0736) 341139

SURAT KETERANGAN

No : 181 /UNIVED.F-5/E-5/IV/2025

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Sri Narti, M.I.Kom

NIK : 1703411

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UNIVED

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa atas nama Anisa Sukma NPM . 21100095, sedang melaksanakan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan seperlunya.

Bengkulu, 29 April 2025

Kaprodi Ilmu Komunikasi



Sri Narti, M.I.Kom.

NIK. 1703411

Gambar Komentar Netizen



zakkingokil 🔥🔥
nyesel gk nih....😭😭😭

02-17 Balas



Cinde Laras
uang KKN kena efesiensi, annj

04-19 Balas



hello_there
uuuu aku pendukung mu prabowo

2024-06-05 Balas



Muiwifeee 🍉🍉
ayo ges.. menangkan Prabowo Gibran 🙌🙌

2024-01-22 Balas



766 komentar



S- winda-N
harusnya di jdiin menteri

2024-12-14 Balas





MomA

kesini buat nertawain kalian 🤔🤔🤔

2024-06-02 Balas

👍 113

— Lihat 63 balasan ▾



Vannd.

gimana bray?

04-05 Balas

👍 37



— Lihat 2 balasan ▾



yaa_ 🌻

huhuuu ga kerasa bentar lagi pak jendral mau di lantik😭😭... kesini mau brnostalgia dulu gmna seru dan puyeng nya mnghadapi anak abah pas pemilu 🙌😂😂😂😂😂

2024-09-18 Balas



👍 32



— Lihat 12 balasan ▾



emilia_bfd

kesini lagi... kagen moment ini 😊😊 selamat bapak jendral 🥰🥰

2024-10-22 Balas

👍 123



— Lihat 4 balasan ▾

— Lihat 3 balasan ▾



Mayshi_

Dengerin lagu ini sambil liat berita di negeri ini ternyata seru juga

05-03 Balas



Yntaana_

Jangan joget aja, yg penting kerja nyata di lapangan di tunjukan apa lagi di desa desa!!

05-03 Balas



Ghazza's

temen saya dulu sering joget oke gas oke gas, eh sekarang malah bingung mau minjem uang😅 saya suruh joget saja biar dpt bansos

2024-10-01 Balas



— Lihat 2 balasan ▾



siapa?

Datang lagi nih, cuma mau pamer ke yang komen "emang bisa satu putaran?" Woi bapak ku prabowo udah jadi presiden woiiii 🥳 baru kali ini liat vidio kampanye sampai nangis ketawa 😂😂

2024-10-24 Balas



ROHIM

tabrak-tabrak masuk ,aturan kita ubah pasti masuk 🤔

2024-08-22 Balas



imiqbn 🍀

ok gas ok gas omon omon doang gas 😂

04-27 Balas



...



MomA

kesini buat nertawain kalian 🤡🤡🤡

2024-06-02 Balas



— Lihat 63 balasan ▾



Mandor Kamboja 🇰🇲

Ok gass 🙌❤️❤️

2024-01-15

Balas



❤️ 4



— Lihat 1 balasan ▾



rans 🪐

BRAY PLEASE LAH GIMANE?

04-17

Balas



Hakimmmm4

gw malu setel musik ini kalo di kampus, disangka IQ 58 🤡

2024-09-27

Balas

❤️ 1



oktaravi

GIMANA BRAY TETAP OKE GAS, ATAU DANA BUZZER BELUM CAIR 😂

04-06

Balas





S- winda-N

harusnya di jdiin mentri

2024-12-14 Balas



Safira

oke gasss oke gas no 2 Torang gass 🙌🙌🙌🙌🙌

2024-12-01 Balas



Ami lily

anak abah.. sorry yeee 😊

2024-11-05 Balas



pikooichan

balik lagi kesini... mendekati pelantikan...

MashaAllah Tabarakallah

2024-10-04 Balas



thespecial

saya puter lagu ini di saat kerja, langsung diangkat jadi Direktur....Hidup Mahabesar Keluarga Jokowi!!!

2024-06-01 Balas





Nuyashi ✨

salam 2 jari

05-03 Balas



leoyaaa

kocakk

04-29 Balas



oktaravi

OKE GAS OKE GAS MAEI KITA CARI GAS,

03-30 Balas



syauqiyyah

PRABOWO GIBRAN 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌

2024-02-18 Balas





nandooo

Kita gas!

2024-01-18

Balas



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Sukma

Npm : 21100095

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan skripsi ini saya tidak melakukan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun atau pelanggaran lainnya yg bertentang dengan etika akademik
2. Skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan jiplakan atau karya orang lain
3. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa dalam proses pembuatan skripsi ini terdapat pelanggaran etika akademik atau skripsi ini hasil jiplakan atau skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang ditetapkan oleh Universitas Dehasen Bengkulu

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk di pergunakan bilamana perlu

Bengkulu, 16 Juni 2025

Yang menyatakan,



Anisa Sukma
NPM.21100095