

PENGARUH DAMPAK KONTEN EMOSIONAL TERHADAP KETERLIBATAN DAN PERSEPSI PENGIKUT (SURVEI PADA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI APLIKASI X)

Lulu Auliani¹, Setyani Nuswantari²

2101030150@students.unis.ac.id¹, 2301030006@students.unis.ac.id²

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

ABSTRAK

Latar Belakang: Di era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi platform utama bagi individu untuk mengekspresikan emosi dan berinteraksi dengan orang lain. Komunitas marah-marah di aplikasi X yang memiliki lebih dari 899,7 ribu pengikut adalah tempat bagi pengguna untuk melampiaskan kemarahan dan emosi negatif mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten emosional terhadap keterlibatan dan persepsi para pengikutnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada seratus anggota masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten emosional negatif, seperti ujaran kebencian dan kekerasan, memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat keterlibatan pengikut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola komunitas dan pengembang platform media sosial untuk menciptakan lingkungan online yang lebih positif dan suportif.

Kata Kunci: Konten Emosional, Keterlibatan, Persepsi, Komunitas Marah-Marah, Media Sosial, Aplikasi X.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin canggih, tentunya membawa perubahan besar dalam cara individu berinteraksi dan mencari informasi di era modern saat ini. Dengan adanya informasi, semua dapat meningkatkan wawasan, mengembangkan pemahaman, bahkan menjadi acuan dasar dalam pengambilan keputusan. (1)

Internet merupakan hal terpenting dalam dunia digital dan teknologi informasi karena kemudahan penggunaan internet yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja saat dibutuhkan, sehingga internet menjadi penunjang kehidupan bagi masyarakat dalam mencari informasi dan berinteraksi secara online. (1)

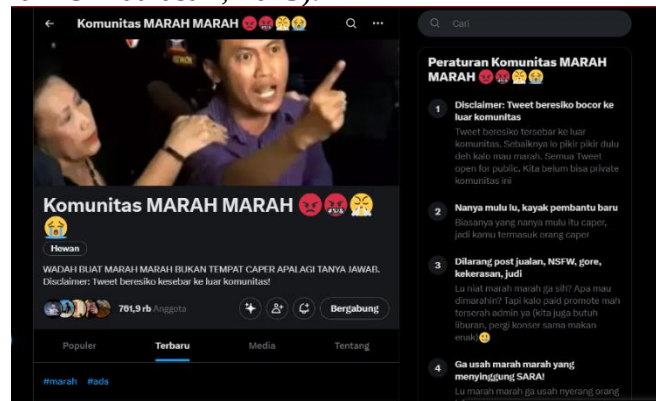
Sudah menjadi hal yang umum di era digital saat ini, individu menggunakan media sosial karena dapat diakses dengan mudah. Di media sosial, ada 7 fungsi yang dapat dijabarkan, yaitu, identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, dan kelompok. Dengan fungsi ini di media sosial, keberadaannya menjadi lebih bermanfaat sehingga menjadi ruang interaksi yang mudah digunakan di dunia maya (Khairani, 2020) (2)

Meningkatnya penggunaan media sosial dapat mempengaruhi cara berpikir seseorang menjadi lebih kompleks. Hal ini dikarenakan interaksi yang luas dengan berbagai konten yang ada, diskusi, dan tanggapan dari berbagai pengguna lain. Dalam konteks ini, manusia tidak hanya pengguna pasif, tetapi memiliki peran aktif dalam memproses, menilai, dan merespon informasi yang mereka temui. (2) (Demir, 2020)

Media sosial yang saat ini sedang populer dan banyak digunakan oleh individu adalah Twitter atau yang saat ini dikenal dengan X. Secara historis, munculnya media sosial Twitter memberikan ruang bagi penggunanya untuk berinteraksi secara real-time dengan menggunakan fitur-fitur seperti thread, retweet, dan ruang diskusi (ruang). (3)

Pada fitur terbaru X terdapat fitur komunitas, salah satunya adalah komunitas yang saat ini sedang populer di aplikasi X adalah Komunitas Marah-Marah. Komunitas Marah-Marah adalah komunitas yang menyediakan ruang untuk mengekspresikan emosi dalam

suatu konten, melalui tweet dan komentar yang dibagikan. Komunitas Marah-Marah yang didirikan pada 24 Agustus 2022 merupakan komunitas virtual di Platform X yang bertujuan untuk mengekspresikan kemarahan dan emosi di platform, dan mayoritas anggota komunitas adalah remaja. Hingga saat ini, pengikut komunitas ini telah mencapai 899,7 ribu anggota. Komunitas individu ini tidak hanya konsumen informasi, mereka juga dapat membuat informasi untuk anggota lain, karena sejumlah postingan anggota sering kontroversial, (3) (Hani & Ratnasari, 2023).



Gambar 1. Profil Komunitas Marah di X
(Sumber: Komunitas Marah-Marah)

Dalam setiap tweet atau konten yang diunggah di komunitas yang marah, audiens membagikan konten emosional dimana ada ekspresi emosi yang muncul ketika seseorang berada dalam suatu situasi atau terlibat dalam interaksi yang sangat penting baginya. Perilaku emosional ini dipengaruhi oleh emosi seseorang dan dapat dilihat dari reaksi fisiologis, perasaan, dan perubahan perilaku yang terlihat. (4) Konten yang diunggah dengan jelas melalui kata-kata, gambar dan suara yang relevan dengan pengalaman pembaca atau memiliki keterkaitan audiens yang dapat mendorong tindakan untuk terlibat dalam konten dengan berbagi, berkomentar, atau bahkan terlibat dalam diskusi konten emosional. (Rahayu Tresna Dewi dkk., 2020).

Dalam penelitian ini, kami ingin mengetahui bagaimana konten emosional mempengaruhi keterlibatan dan persepsi pengikut komunitas Marah-Marah di X dan dampak emosional yang disebabkan oleh interaksi ini. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan komponen yang mempengaruhi dinamika interaksi, baik positif maupun negatif. (4)

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Response), teori ini dikemukakan oleh Houlard pada tahun 1953 yang berasumsi bahwa media massa memiliki efek langsung dan terarah pada audiens. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa komunikasi adalah proses tindakan dan reaksi, di mana pesan verbal, nonverbal, dan simbolis memicu respons individu. Dalam konteks ini, stimulasi (S) mempengaruhi organisme (O), kemudian memicu respons spesifik (R). Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi massa mempengaruhi perilaku dan pandangan audiens. (Farida dkk., 2022) (5)

Dengan menggunakan kerangka teoritis SON, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana konten emosional dalam komunitas yang marah memengaruhi keterlibatan dan persepsi pengikut. Teori ini membantu menjelaskan proses yang terjadi dari stimulus (konten emosional) hingga respons (keterlibatan dan persepsi), serta memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi dalam komunitas online. (5)

Secara keseluruhan, hubungan antara teori SOR dan penelitian ini menunjukkan bahwa konten emosional tidak hanya mempengaruhi individu secara internal, tetapi juga

memiliki dampak yang signifikan pada interaksi dan persepsi sosial dalam konteks media sosial. (5) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman dinamika komunikasi di media sosial dan bagaimana emosi mempengaruhi interaksi sosial.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan paradigma positivisme. Paradigma ini adalah metodologi terorganisir yang menggabungkan logika empiris dan deduktif dari perilaku individu untuk menemukan dan mendapatkan konfirmasi kemungkinan hubungan kausal yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum aktivitas manusia.(6)

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, pembuatan hipotesis, teknik, analisis data dan penarikan kesimpulan. Metode kuantitatif digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel. (7)

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Data primer adalah informasi utama yang memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2018). Data primer untuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini didistribusikan kepada individu yang digunakan sebagai sampel terpilih sesuai dengan kebutuhan. Pada penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai data primer yang kemudian didistribusikan ke sampel terpilih yang memenuhi kriteria penelitian. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan membaca, belajar dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen Perseroan. Data sekunder adalah "Data primer yang telah diproses lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain dalam bentuk tabel atau diagram." (8)(Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2017).

Analisis data adalah proses menemukan dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis, menggambarkan keadaan unit, mensintesis, menyusun keadaan pola, memilih mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan agar dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Tujuan dari analisis data adalah untuk mengontrol data agar sistematis dan sesuai dengan rumusan masalah.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif diolah dengan menggunakan perhitungan SPSS (Statistical Package For Social Science). Peneliti analisis data melakukannya dengan mengumpulkan data dan kemudian data yang telah dikumpulkan diolah untuk memberikan makna dan pemahaman. (9) Teknik analisis data yang dikumpulkan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten emosional terhadap keterlibatan dan persepsi pengikut (Survei pada Follower Komunitas Marah-Marah di X).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konten Emosional tentang Keterlibatan dan Persepsi

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten emosional memiliki dampak yang signifikan terhadap keterlibatan dan persepsi pengikut di komunitas yang marah dalam aplikasi X. (13)

a. Konten Emosional Mempengaruhi Keterlibatan

Konten negatif seperti kemarahan dan frustrasi meningkatkan keterlibatan pengikut. Hal ini dapat dijelaskan oleh kecenderungan manusia untuk merespon lebih aktif terhadap

konten yang membangkitkan emosi yang kuat. Responden yang merasa terhubung dengan konten emosional cenderung berinteraksi lebih aktif, seperti mengomentari atau membagikan konten.

b. Persepsi masyarakat yang buruk

Sementara konten emosional dapat membuat orang lebih terlibat, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa banyak penganut merasa bahwa berinteraksi dengan orang-orang di komunitas yang marah dapat meningkatkan stres dan kecemasan. Ini menunjukkan adanya dualitas dalam pengalaman pengguna, di mana mereka merasa terhubung tetapi juga tertekan oleh konten yang mereka konsumsi. Ini menciptakan siklus penguatan negatif, di mana keluhan dan emosi negatif saling mendukung tanpa memberikan solusi yang konstruktif.

c. Implikasi bagi manajemen masyarakat

Dengan studi ini, pengelola komunitas di media sosial harus mempertimbangkan jenis konten yang dibagikan dan dampaknya terhadap anggota untuk menciptakan lingkungan yang lebih sehat. Mendorong konten yang lebih positif dan memberi ruang untuk diskusi yang konstruktif dapat membantu mengurangi efek negatif dari konten emosional.

2. Keterkaitan dengan Teori SOR (Stimulus-Organisme-Respons)

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori SOR (Stimulus-Organism-Response), yang menjelaskan bagaimana rangsangan (dalam hal ini konten emosional) mempengaruhi organisme (pengikut) dan menghasilkan respons (keterlibatan dan persepsi). Konten emosional yang disajikan dalam komunitas yang marah berfungsi sebagai stimulus yang memicu reaksi emosional dari pengikut. Ketika pengikut merasakan kemarahan atau frustrasi yang diungkapkan dalam konten, mereka cenderung merespons dengan keterlibatan yang lebih tinggi, seperti mengomentari atau membagikan konten. Namun, respon ini juga menciptakan persepsi yang kompleks, di mana pengikut merasa terhubung dengan komunitas tetapi juga mengalami dampak negatif dari interaksi yang terjadi.

3. Dinamika Interaksi di Masyarakat

Menurut penelitian ini, konten emosional yang dibagikan sangat memengaruhi cara orang berinteraksi dalam komunitas yang marah. Jika interaksi berpusat pada keluhan dan emosi negatif, itu dapat mengarah pada lingkungan yang mendukung penguatan negatif. Dalam situasi seperti itu, anggota tidak dapat menemukan solusi konstruktif untuk keluhan mereka dan saling mendukung. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan yang berkelanjutan dan menghambat kemajuan positif seseorang. Oleh karena itu, penting bagi anggota komunitas untuk memahami dampak dari interaksi ini dan mencari cara untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih baik.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konten emosional memiliki pengaruh besar pada keterlibatan dan persepsi pengikut dalam komunitas pemaarah di aplikasi X. Meskipun konten emosional dapat meningkatkan keterlibatan, efek negatifnya juga harus dipertimbangkan. Manajer komunitas dan pengguna dapat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan online yang lebih baik dan mendukung dengan memahami dinamika ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Udoudom, U., Bassey, B., George, K., & Etifit, S. (2024). Dampak Interaksionisme Simbolik, Pragmatisme dan Konstruksionisme Sosial pada Komunikasi dan Praktek Media. Jurnal Internasional.
- A.R., A., A., A., A., Cahyo, n., & Nisa, P. (2024).

- Aulia, NR (2020). Media eksposur tayangan Vlog Arief Muhammad di YouTube hingga Minat Membuat Vlog di Komunitas Youtuber Minang.
- Aviarni, & Arsyad. (2020). Dampak penggunaan media sosial dalam interaksi sosial siswa.
- Azzahrani, S., Lukmantoro, T., & Manalu, RS (2022). Ekspresi emosional negatif di media sosial (studi tentang komunitas 'marah' di Twitter).
- Demir, S. (2020). Peran efikasi diri dalam kepuasan kerja, organisasi, komitmen, motivasi dan keterlibatan kerja. . Jurnal Penelitian Pendidikan.
- Febryani, A., & Maulitaya, AL (2023). Fenomena Anonim Curhat di Akun Twitter Menfess (Studi Etnografi Virtual pada Akun @collegemenfess). Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi.
- Febyla, N., Wijayanto, H., & Aranta, A. (2022). Analisis Sentimen Media Sosial Twitter pada Aplikasi Mypertamina Menggunakan Native Bayes.
- Surga, & Zamzam. (2018). Penerapan Metodologi Penelitian.
- Hani, DS, & Ratnasari, CR (2023). Klasifikasi Masalah di Komunitas Marah di Twitter menggunakan memori Short_term yang panjang. Jurnal Media Informatika Budidarma.
- Huang, G. (2020). "Variasi Platform dan Variasi Konten di Media Sosial: Model Rute Ganda dari Efek Kognitif dan Pengalaman. Jurnal Manajemen Promosi.
- KBBI, K. B. (diakses pada Jumat, 27 Desember 2024 pukul 04.08 WIB).
- Kriyantono, R. (2020). Teori Komunikasi di Era Digital. Jurnal Komunikasi.
- Luluk Salsabila, Z., & Hasanudin, C. (2023). Penggunaan aplikasi Twitter sebagai sarana materi berita bagi mahasiswa. . Prosiding Seminar Nasional Darling Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik (Sinergi).
- Mustika, E., & Ilfandy, A. (2017). Pengaruh Paparan Tayangan Wisata Saluran YouTube terhadap Minat Wisatawan Indonesia untuk berwisata (Studi pada Pelanggan Kanal Wisata YouTube Ponti Ramanta).
- Nasrullah, R. (2016). Perspektif Komunikasi Media Sosial. Sambiosa Rekatama Medika.
- Pianzola, F., Toccu, M., & Viviani, M. (2020). Keterlibatan pembaca melalui pembacaan sosial digital di Twitter: studi kasus TwLetteratura. Perpustakaan Teknologi Tinggi.
- Pratidina, ND, & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial Masyarakat: Sebuah Studi Literatur. Jurnal Ilmiah.
- Safinatunnajah, & Amalia, I. (2019). Ekspresi marah di jejaring sosial. Jurnal Psikologi.
- Satria, A. (2015). Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir.
- Sosial, WA (2024). Berita Utama Digital Esensial.
- Sofyan, RA, & Arfian, A. (2023). Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran dan Promosi Informasi dengan Metode Topsis. Jurnal Prosisko.
- Sugiyono. (2015). Metode Campuran. bandung: V.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahabi, MR, & Febriana, P. (2022). Penggunaan Twitter sebagai media ekspresi diri remaja Sidoarjo. Jurnal pendidikan, humaniora dan ilmu sosial.
- Wibowo, A., & Wulandari, Y. (2020). SPSS. Yogyakarta: Gava Media.