



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Perkembangan dunia jurnalistik diikuti dengan melesatnya pertumbuhan teknologi komunikasi. Picone (2016) dalam *THE DIGITAL NEWS USER Conceptual and methodological advance* berpendapat bahwa para pengakses berita tidak lagi hanya mendapatkan berita dari televisi dan koran karena dengan akses virtual berita yang didapatkan hampir tidak ada batasnya (p. 129).

Masyarakat era sekarang, sangat tertarik dengan konten yang interaktif. Dengan demikian pula, berita online laris berikut dengan kolom komentarnya. Dalam Elridge & Franklin (2019) Picone menyebutkan bahwa dalam sebuah lingkungan dimana kompetisi untuk perhatian masyarakat meningkat sedangkan minat pengiklan menurun, perusahaan yang paling berhasil mengerti keinginan konsumen dipercaya untuk unggul dari perusahaan lain sejenis (p. 143).

Berbagi sudut pandang yang berbeda menjadi salah satu fungsi utama kolom komentar pada berita online. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan kolom komentar oleh warganet hingga mampu memancing sentimen responden lainnya.

Tabel 1. penelitian terdahulu.

1.	penelitian	<i>Memahami Fenomena Komunikasi Hiperpersonal Menggunakan Anonymouse Username Dalam Portal Berita Online</i> Oleh Irsya, E., Santosa, H., & Luqman, Y. (2013)	<i>Demokrasi Deliberatif Dalam Media Online detik.com, kompas.com dan Vivanews</i> oleh Sanjaya, R., & Ispandriarno, L. (2014)	<i>Studi Literatur Tentang Perbandingan Metode Untuk Proses Analisis Sentimen di Twitter</i> oleh Hadna, N., Santosa, P., & Winarno, W. (2016)	<i>Analisis Isi Komentar pemberitaan Mengenai Kasus Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok Pada Portal berita Republika Online Periode 6 - 12 Oktober 2016</i> oleh Rahman, R., Mayangsari, I., & Putra, A. (2017)	<i>Klasifikasi Spam pada Komentar Pemilu 2019 Indonesia di YouTube menggunakan Multinomial Naïve-bayes</i> Oleh Fernando, J., & Udayawibawamukti (2019)
2.	Tujuan penelitian	mengungkap alasan yang mendasari mengapa mempraktikkan komunikasi hiperpersonal menggunakan anonymous username.	mengetahui bagaimana perbandingan isi komentar pembaca pada Detik.com, Kompas.com, dan VIVAnews dilihat dari sudut pandang demokrasi deliberatif.	membandingkan dua metode yakni Naive Bayes Classifier dan Support Vector Machine. yang bisa digunakan untuk melakukan proses analisis sentimen disertai tahapan yang akan dilalui.	melihat arah pemberitaan dan resepsi khalayak dari komentar yang muncul pada berita yang diterbitkan Republika online (ROL) mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok	Mengukur spam pada kolom komentar youtube CNN Indonesia seputar pilpres 2019
3.	Metodologi penelitian	kualitatif-deskriptif	Kuantitatif	Naive Bayes Classifier dan Support Vector Machine.	analisis isi deskriptif kuantitatif	Naïve Bayes Classifier
4.	Teori/konsep	Computer Mediated Communication Theory and the problem of identity, Deindividuation	-	Analisis sentimen	Komunikasi, komunikasi verbal, media baru, jurnalisme online, portal berita, berita dalam media	Artificial Neural Network, N-Gram, stacking

		Theory,Dependency Theory			online, opini publik, analisis resepsi khalayak	
5.	Instrumen penelitian	Analisis isi	penghitungan yang dilakukan pada 260 sampel komentar	Pengumpulan data, pengolahan data	Uji realibilitas, operasionalisasi variabel	Sistem naïve bayes
6.	Hasil penelitian	Pembuatan akun anonymous dianggap tidak menyalahi peraturan karena tidak ada peraturan yang berlaku tegas dalam pembuatan identitas dalam portal berita online. Nama yang dipakai ada yang tidak jauh dari identitas asli dan ada yang sangat jauh dari identitas asli. Para pengakses portal bisa berkomentar tanpa dikenali oleh orang lain karena tidak ingin terganggu ruang privasinya.	Indeks yang tertinggi adalah angka 0,49 yang dicapai oleh Detik.com pada unit analisis fakta dan unit analisis nilai. Sedangkan indeks yang terendah ada pada unit analisis narasi dari Kompas.com dengan indeks 0,02. Indeks ini menandakan bahwa skor pada unit analisis fakta dan unit analisis nilai cenderung tinggi. Artinya ada kecenderungan dari pengguna internet untuk berkomentar dengan mencantumkan informasi faktual dan menyebutkan nilai-nilai yang digunakan sebagai tujuan maupun dasar pemberian komentar.	Hasil terbaik dapat diraih menggunakan metode Support Vector Machine. Namun, untuk tetap mendapatkan hasil klasifikasi terbaik, maka lebih baik dilakukan pengujian yang bersifat komparatif dengan beberapa metode klasifikasi pada penelitian yang sedang dilakukan.	a. Dari data sampel yang diteliti memiliki tingkat reliabel yang tinggi yaitu melebihi angka minimum reliabilitas sebesar 0,7 atau 70% b. Rata-rata jumlah isi komentar yang terjadi adalah sebanyak 362 kali selama periode 6-12 Oktober 2016. c. Mayoritas isi komentar mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika online (ROL) adalah oppositional decoding sebesar 146,5 kali atau 40,73%	Probabilitas spam dari kata yang sama lebih tinggi daripada probabilitas bukan spam seperti kata "like" yang memiliki probabilitas spam sebesar 0.085 dan probabilitas bukan spam sebesar 0.07.

7.	Relevansi Penelitian	Rujukan kepada warganet yang komentarnya diteliti dalam penelitian ini. Kemungkinan warganet akan mengenakan nama samaran dalam berkomentar	Menjadi contoh sebagai penelitian yang meneliti kolom komentar dan isinya dengan metode berbeda	Menjadi rujukan untuk penggunaan Naive bayes sebagai metode	Menjadi contoh sebagai penelitian yang meneliti kolom komentar dan isinya dengan metode berbeda	Menjadi Penelitian terdahulu dengan metode penelitian serupa di platform yang berbeda
----	----------------------	---	---	---	---	---

Disini akan dibahas hubungan penelitian terdahulu pada tabel diatas dengan penelitian ini. Salah satu faktor pendorong warganet untuk berani berkomentar secara terbuka di kolom komentar adalah anonimitas. Irsya pada tahun 2013 meneliti tentang perilaku pengguna akun dunia maya dengan identitas palsu yang membuat si pengguna merasa lebih bebas untuk bertingkah laku di dunia maya. Suatu pribadi dengan identitas anonim bisa menjadi dirinya yang sesungguhnya setelah memasuki internet karena tidak takut akan keberadaannya yang anonim. Walter Lippmann (1982) menyebut keberadaan tersebut sebagai *pseudoenvironment* yang artinya adalah lingkungan semu, sebuah perpaduan dari dunia luar dan gambaran dalam kepala (p.94).

Disini didapatkan temuan bahwa terdapat relevansi untuk penelitian ini yang meneliti pola komentar di portal berita. Faktor anonimitas warganet yang berlindung dibalik akun palsu dapat menjadi tolak ukur keberanian warganet untuk mengomentari sebuah berita politik, baik dengan pengertian yang jelas, maupun yang hanya ingin sekedar memanaskan suasana. Kemudahan dalam membuat akun palsu juga menjadi salah satu penyebab utama. Membuat akun

anonim tidak membutuhkan persyaratan yang sulit seperti nomor identitas diri, maka tiap harinya bisa saja ratusan akun palsu baru bermunculan.

Berawal dari kemunculan akun-akun anonim tersebut, akhirnya si pengguna mempraktikkan komunikasi hiperpersonal. Karena berada dalam keadaan anonim, si pengguna akun yang secara tidak langsung menjadi bagian dari kerumunan warganet akhirnya kehilangan kesadaran akan identitas asli dan menjadi agresif untuk bisa berbaur dengan yang lainnya. Disitulah terjadi kehilangan kesadaran diri pada orang tersebut.

Selain faktor pendorong, perlu juga memperhatikan perilaku warganet dalam memilih “medan perang” mereka. Menjadi anonim juga tidaklah cukup untuk memaksimalkan jati diri seseorang dalam berkomentar. Agar dipandang ahli dan dominan oleh warganet lainnya, tentu dia akan berkomentar pada topik favoritnya.

Topik serius seperti politik menjadi topik yang cukup enggan dikomentari oleh warganet. Sebagian besar responden meninggalkan komentar untuk mengekspresikan emosi dan opininya. Motif ingin terlibat dalam diskusi hanya dilakoni oleh sebagian kecil responden. Kecenderungan ini menunjukkan tingkat deliberasi yang rendah karena komunikasi hanya menjadi satu arah.

Setelah mendapatkan domain masing-masing, perlu dilihat apakah komentar yang ditinggalkan memberikan suatu kontribusi atau setidaknya mencerminkan demokrasi dalam diskusi ruang publik di media baru. Untuk itu, digunakan dari penelitian Sanjaya pada 2014 sebagai rujukan analisis isi komentar

warganet. Penelitian tersebut digunakan lagi lagi sebagai referensi penelitian soal komentar. Disini, peneliti membandingkan komentar pembaca detik.com, vivanews dan kompas.com dalam pemberitaan qanun bendera dan lambang aceh.

Dari penghitungan yang dilakukan pada 260 sampel komentar, peneliti menemukan indeks skor masing-masing unit analisis. Indeks skor ini didapatkan dari jumlah skor yang didapatkan pada tiap unit analisis, kemudian dibagi dengan jumlah sampel yang diteliti. Komentar-komentar pembaca akan masalah yang diangkat pada berita media online menandakan nilai demokrasi deliberatif yang rendah. Hal ini terlihat dari rendahnya skor yang didapatkan oleh setiap media pada unit-unit analisis yang digunakan.

Dari situ didapatkan bahwa Kemampuan pembaca media online untuk berdiskusi dengan rasional dan melakukan apresiasi atas pendapat orang lain masih belum mencerminkan budaya demokrasi yang diharapkan.

Setelah membedah perilaku warganet, memilah konten dan menganalisa isi komentarnya, langkah selanjutnya untuk meneruskan penelitian ini adalah menentukan metode yang tepat. Untuk mencari metodologi untuk analisis sentimen yang tergolong baru, peneliti merujuk pada penelitian Hadna pada tahun 2016 mengenai mention di media sosial maupun artikel di situs berita juga blog pribadi pada berbagai penelitian mengenai analisis dokumen tekstual yang sudah pernah dilakukan. menggunakan Naive Bayes Classifier, metode lain yang juga digunakan di adalah Support Vector Machine. Di dalam *paper* tersebut dibahas tahapan yang dilalui untuk melakukan analisis sentimen. Dimulai dari tahap

preprocessing (pelabelan, tokenisasi dan pembobotan), lalu tahap analisis sentimen dengan perbandingan dua metode : Naive Bayes Classifier dan Support Vector Machine serta bagaimana mengukur kualitas hasil analisis dengan menggunakan beberapa tolak ukur seperti accuracy, precision dan recall.

Penelitian tersebut dapat menjadi pertimbangan metodologi untuk penelitian ini. Isinya yang menggunakan twitter sebagai percontohan nantinya bisa diaplikasikan kepada penelitian ini yang menggunakan portal berita online sebagai subjek penelitian. Namun karena alat yang digunakan tidak mudah didapat, pengaplikasian dalam penelitian ini akan menggunakan metode yang lain.

Rahman, Mayangsari dan Putra pada tahun 2017 membahas isi komentar pada portal berita Republika Online tentang pemberitaan kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat melalui isi komentar tentang pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis resepsi yang menurut Stuart Hall dibagi menjadi empat kategorisasi, yaitu dominant reading (menerima isi berita), negotiated meaning (memunculkan makna tersendiri), oppositional decoding (menolak isi berita) atau tidak jelas. Dengan frekuensi isi komentar sebanyak 362 komentar dari data antar-coder, warganet cenderung berkomentar kearah oppositional decoding (menolak isi berita) dengan kemunculan isi komentar sebesar 40,73%.

Relevansinya dengan penelitian yang sedang diteliti ini adalah bagaimana isi penelitian ini membahas media baru, jurnalisme online dan yang paling utama adalah pembedahan kalimat per kalimat yang juga akan dilakukan di penelitian yang akan diteliti. Hasil penelitian ini yang melibatkan warganet juga menjadi acuan untuk menyusun penelitian ini.

Lalu yang terakhir peneliti melihat penelitian berjudul *Klasifikasi Spam pada Komentar Pemilu 2019 Indonesia di YouTube menggunakan Multinomial Naïve-bayes* Oleh Fernando dan Udayawibawamukti (2019) sebagai penelitian yang serupa menggunakan Naïve Bayes Classifier sebagai metode. Penelitian ini menggunakan kolom komentar youtube CNN Indonesia sebagai objek penelitian. Dengan latar belakang yang serupa, yaitu kampanye pilpres 2019, peneliti menghubungi langsung Jonathan Fernando guna mempelajari lebih lanjut mengenai penggunaan Naïve Bayes Classifier langsung dari pembuatnya. Naïve Bayes classifier merupakan metode algoritma yang perlu dibuat khusus secara rinci dan berbeda untuk setiap penelitian. Guna melangsungkan perpaduan antara ranah Teknologi Informasi dan Ilmu Komunikasi, diperlukan langkah langkah yang harus ditempuh meskipun harus dilakukan lintas bidang.

Dengan mengumpulkan penelitian terdahulu yang tepat, penelitian ini seharusnya dapat terbantu karena memiliki penelitian terdahulu sebagai pondasi untuk mengembangkan berbagai masalah serupa menjadi suatu persoalan baru yang layak diteliti. Dengan modal penelitian terdahulu diatas, tahap selanjutnya ialah membahas konsep dan teori yang menopang penelitian ini.

2.2 Kolom Komentar

Dalam sebuah portal berita online akan menjadi lengkap apabila terdapat fitur komentar yang tersedia di bawah atau setelah kolom berita disajikan. Dengan fitur komentar, pengguna bebas untuk menuliskan komentar atas berita yang dipublikasikan pada portal berita online dengan memberikan ruang bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam persoalan atau diskusi publik, namun tidak begitu saja langsung memberikan dampak. Jumlah partisipan dalam diskusi publik tidak juga memberikan jaminan bahwa para partisipan secara sadar melibatkan diri dalam situasi tersebut.

Kolom komentar ini merupakan hal yang tidak ditemukan pada media konvensional seperti koran atau majalah sehingga menjadi salah satu perbedaan antara media online dengan media konvensional. Pada media online terdapat interaksi antara pembuat konten sebagai komunikator dengan pengguna sebagai komunikan. Interaksi tersebut terwujud lewat fitur komentar yang ada pada portal berita online.

Menurut Lister, Dovey, Giddings, Grant, dan Kelly (2009) dalam media baru terjadi pergeseran dari audiens menjadi *users* atau pengguna. Dikatakan bahwa audiens media baru lebih tepat disebut pengguna dari pada sekedar penonton karena memiliki kemampuan untuk ikut campur dalam mengubah gambar dan teks yang mereka akses. Maka dalam media baru, masyarakat bukan hanya sekedar menjadi pembaca namun juga pengguna yang dapat ikut campur dalam kesadaran untuk berinteraksi (p. 22).

Nasrullah (2016, p. 65-66) menjelaskan bahwa:

semua anggota yang terlibat dalam forum diskusi konvensional memiliki kesadaran untuk berpartisipasi dan terlibat dalam diskusi atau debat yang kritis, sementara di grup diskusi online setiap pengguna sulit dipastikan apakah keberadaannya memiliki makna sebagai anggota diskusi serta turut memiliki andil dalam membentuk wacana. kondisi ini terjadi karena karakteristik dari pengunjung dunia maya itu sendiri serta komunikasi yang termediasi oleh teks

2.2.1 Digital Public Sphere

Schäfer (2015) melihat bahwa Kebutuhan dan kehadiran dari digital public sphere atau ruang publik digital telah menjadi pembahasan mendalam dalam berbagai perdebatan teoritis dan pembelajaran empiris (p. 1) Para cendekiawan telah mencoba untuk menentukan untuk apa dan perlukah membentuk versi online, atau mengganti konsep ruang publik yang telah lama ditemukan. Mereka meneliti apakah partisipasi online dan sosial media terbuka untuk semua kalangan, bagaimana komunikasi terbangun sebagai konten, timbal baliknya, dan akibat yang ditimbulkan dari perdebatan orang yang terlibat yang sekaligus menjadi pembuat keputusan.

Pada kenyataannya, dunia digital pada masa sekarang sudah mampu menjadi wadah untuk mewakili diri terpaut jarak dan waktu. walaupun komunikasi yang terjadi dibentengi oleh internet sebagai perantara, apabila tidak ada itikad untuk terlibat suatu konflik yang menggugah masyarakat cenderung memilih untuk berkomunikasi selayaknya percakapan sehari-hari di dunia nyata.

Secara garis besar, keadaan sekarang telah menunjukkan bahwa digital public sphere cenderung berhasil memunculkan orang-orang yang berbeda secara transparan, dan terkadang mempengaruhi yang lainnya sehingga mempersatukan mereka yang terlibat untuk menentukan keputusan. Penelitian juga menunjukkan bahwa walaupun digital public sphere memaparkan berbagai macam bentuk gaya komunikasi, aplikasinya jarang memberikan kesesuaian secara rasionalitas dan kependudukan sebagaimana yang dianjurkan oleh teori demokrasi deliberatif Habermas (Schäfer, 2015, p. 7), dimana proses pembuatan kebijakan publik teruji lebih dulu melalui konsultasi atau diskursus publik guna meningkatkan partisipasi.

Schäfer merasa bahwa perdebatan panjang akan urgensi konsep digital public sphere layak dihadirkan sebagai bentuk perkembangan teori besar untuk penelitian ini yakni public sphere (2015, p. 2). Hal tersebut dikarenakan teori lama public sphere harus dikembangkan seiring dengan perkembangan zaman dimana untuk terjadi ruang publik sudah benar-benar bisa dilakukan tanpa bentuk fisik, dan bahkan dalam bentuk yang benar-benar maya. Ketidak-aslian pelaku komunikasi di ruang publik digital sebenarnya diragukan keefektifan dan akurasinya, sebab itu, mampu menimbulkan bias yang luar biasa, sampai akhirnya sentimen mempengaruhi rasionalitas diskusi.

Setiap individu punya kebebasan untuk mengutarakan pendapat di ruang publik. Zavestoski, Shulman, dan Schlosberg (2006) bahkan

mengklaim bahwa Didalam ruang publik digital, masyarakat aktif dan kritis dalam perdebatan di forum diskusi online mengenai kebijakan agrikultural negara (Schäfer, p. 7) Media diharapkan agar menjadi penyambung antar individu agar dapat saling berbagi informasi sehingga dapat ditetapkan kebijakan mana yang cocok digunakan. Media dapat menyaring tema atau topik yang cocok untuk masuk ke dalam khalayak dan mana yang tidak. Kerap kali pilihan-pilihan tersebut berasal dari ide dan gagasan orang orang yang berada di ruang publik.

Dengan peran media baru yang mampu menjadi ruang publik, masalah baru dari masyarakat yang memiliki latar belakang yang berbeda (dalam kasus kali ini pandangan politik), sangat memungkinkan untuk timbul permasalahan yang berawal dari komentar, baik komentar yang benar maupun yang sengaja memanaskan suasana padahal tidak memahami apa yang diperdebatkannya.

Dalam komunikasi politik dari golongan yang memiliki literasi politik kepada orang awam bisa menyebabkan salah paham karena istilah istilah yang tak banyak dipakai orang awam (Schäfer, 2015, p. 3). Pemanfaatan ruang publik amat dibutuhkan demi tercapainya demokrasi diantara masyarakat. Masyarakat harus mampu memanfaatkan ruang-ruang yang tersedia untuk berpartisipasi di dalam komunikasi politik yang sehat. Tetapi kenyatanya masyarakat belum mampu memanfaatkan ruang publik yang ada untuk terlibat dalam dialog politik di internet.

Sesaat setelah memasuki era digital ini, terlihat munculnya kesadaran rakyat akan politik. Masyarakat di internet berani dengan terbuka mengkritik pemerintahan sesuai mereka sendiri tanpa rasa terancam. Hal tersebut dapat memicu tindakan yang biasanya cenderung anarkis. Pemanfaatan ruang publik yang biasanya hanya ruang-ruang bebas jarang melahirkan dialog-dialog yang berkontribusi dalam edukasi politik untuk masyarakat.

Ada forum-forum formal semacam diskusi publik dengan pemerintah, seminar dan sejenisnya. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh kalangan akademisi, atau bahkan dari pemerintah itu sendiri. pelaku politik sebagai bagian dari pemerintah harusnya memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat awam, khususnya yang butuh edukasi politik agar dialog politik yang tercipta di ruang publik berjalan dengan sehat. Seperti itulah seharusnya pemanfaatan ruang publik dilaksanakan

2.2.2 Public Participation

Berdasarkan penelitian Rowe dan Frewer (2000), mulai bermunculan panggilan kepada masyarakat untuk ikut terlibat dalam mendirikan kebijakan untuk dunia sains dan teknologi dengan tetap sejalan bersama prinsip demokrasi seperti isu-isu yang berkaitan dengan kesehatan dan lingkungan (p. 3). Berbagai macam prosedur partisipasi publik yang ada dibuat berdasarkan dan melibatkan masyarakat, mulai dari audiensi publik sampai konferensi konsensus. Sayangnya, kurangnya pertimbangan empiris

tentang kualitas metode tersebut muncul dari kebingungan dalam menentukan patokan evaluasi.

Melihat dari kualitas percobaan partisipasi yang sulit untuk dinilai, Rowe dan Frewer menyarankan pertimbangan aspek dari proses percobaan agar diminati untuk mengukur keadaan atau kualitas dari aspek tersebut (2000, p. 3). Sampai sekarang ini, berbagai macam kriteria evaluasi teoritis untuk partisipasi publik yang efektif lebih spesifik menjadi dua macam: kriteria penerimaan, yang berfokus pada ciri suatu metode yang membuatnya mampu diterima publik, dan kriteria proses, yang berfokus pada ciri dari proses yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses tersebut efektif.

Penelitian selanjutnya butuh perkembangan dalam pengukuran kriteria yang lebih akurat serta menemukan faktor kontekstual dan lingkungan yang akan menyalurkan keberhasilan berbagai metode partisipasi. Disini kolom komentar menjadi salah satu media partisipasi publik yang masih memiliki kekurangan sehingga menimbulkan masalah untuk diteliti. Pada penelitian terdahulu yang sudah dibahas diatas, didapatkan bahwa Kemampuan pembaca media online untuk berdiskusi dengan rasional dan melakukan apresiasi atas pendapat orang lain masih belum mencerminkan budaya demokrasi yang diharapkan

2.2.3 Affective public

Papacharissi membedah bagaimana penilaian afektif publik menjadi pernyataan Dalam pengerjaannya. Papacharissi memberikan tiga studi kasus yang berfokus pada reaksi subkultur pada penindasan sebagai pusat untuk meneliti apa yang dia jelaskan sebagai wujud, tekstur, dan bentuk dari komunikasi antar jaringan sebagai contoh ,the Arab Spring/revolusi arab (#egypt), the Occupy movement (#ows), dan trending topics di Twitter (2015, p. 9).

Papacharissi mendefinisikan *affective publics* sebagai formasi masyarakat yang terhubung, yang tergerak dan terhubung atau terputus melalui berbagai ekspresi sentimen (2015, p. 125). Mereka adalah publik yang perasaannya tergerak menuju politik melalui media. Papacharissi melihat bahwa Terdapat hubungan yang menarik di antara pengaruh dan ideologi, perasaan dan kepercayaan, emosi dan alasan. Ketiga pengelompokan tersebut mencerminkan keterikatan yang berimbang namun saling berbeda dengan *public affairs*. Kebijakan konvensional kerap kali membuat kita memisahkan penyebab dan emosi, mengingat bahwa kita berpikir menggunakan otak dan bertidak dengan hati. Sama hal nya dengan emosi yang dianggap hanya bersifat sekejap sedangkan kepercayaan menetap dengan lebih kuat, sementara ideologi mengekspresikan keyakinan yang melawan pengaruh, yang bersifat kuat meskipun kadang fana.

kisah kisah yang mengelilingi pandangan kita boleh jadi mendorong kita untuk melihat pengelompokan tadi dengan sebaliknya, bukan sebagai

rangkaian kesatuan. Pada kenyataannya, pengelompokan tersebut adalah pasangan kecenderungan yang terjadi secara bersamaan. Ketika hadir secara bersamaan, hal-hal tersebut bisa menyebabkan momen yang menginspirasi sekaligus membingungkan dalam sejarah kemanusiaan (Papacharissi, (2015), p. 3).

Konsep publik afektif ini berkaitan erat dengan masalah perilaku warganet yang sudah dibahas sebelumnya. Akibat anonimitas, warganet yang terpengaruh deindividuasi karena kebutuhan akan diakui di kalangannya tentu terganggu secara afektif. Dialog yang tercipta dikolom komentar juga berubah menjadi sentimen akibat aspek afektif karena sulit menelaah satu persatu latar belakang tiap warganet yang berkomentar.

Dengan kondisi yang bervariasi tersebut, publik yang menjadi publik afektif tentu rentan akan komentar yang mengandung sentimen sehingga akan terdorong untuk berkomentar dengan pola yang sama, dengan intensitas sentimen yang semakin menumpuk pula.

2.2.4 Hate Speech

Apabila kita membahas sentimen dalam dunia maya, tentu isinya berkaitan dengan keterlibatan ujaran kebencian atau hate speech yang kerap ditemukan di internet, apalagi jika topiknya adalah politik.

Dalam *Hate Speech: The History of an American Controversy* Rodney Smolla (1988) berpendapat bahwa ujaran kebencian merupakan pertanyaan kebebasan berpendapat tersulit yang pernah ada. Banyak yang berpendapat bahwa perbedaan ras turut membawa pertimbangan khusus,

diantara mereka ada yang mempertanyakan hak advokasi untuk genosida, bahkan menentang prinsip kesetaraan (Walker, 1996, p. 136).

Keberadaannya yang bertabrakan dengan kebebasan berpendapat mampu menimbulkan persoalan kompleks yang melibatkan banyak pihak dimana ketika seseorang melakukan ujaran kebencian dan kita melarangnya, ada yang melakukan pembelaan atas hak kebebasan berpendapat.

Di Indonesia, hatespeech sendiri juga menimbulkan persoalan tentang pasal karet pada UU ITE yang kerap justru dimanfaatkan oleh pihak yang berkuasa jika dilihat beberapa waktu kebelakang, kebanyakan pelapor adalah pihak pihak yang memiliki kepentingan pribadi, bukan atas ujaran kebencian tersebut sendiri. Karena keberadaannya yang kental dengan persoalan di jaringan internet, ujaran kebencian merupakan salah satu teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

2.3 Hipotesis

Setelah melihat beberapa faktor yang berpeluang mempengaruhi perilaku warganet dalam berkomentar di portal berita CNN Indonesia, peneliti melihat kemungkinan besar bahwa keberadaan sentimen negatif disepanjang kolom komentar lebih dominan dibandingkan sentimen positif, mengingat bahwa dengan warganet berkomunikasi secara hiperpersonal dengan mediasi komputer, didalam Digital Public Sphere dimana terdapat ruang untuk terbentuknya opini tertentu

Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah:

a. H0 : sentimen negatif lebih dominan dan berperan dalam konflik antar pembaca.

B. H1 : sentimen positif lebih dominan dan berperan dalam diskusi sehat antar pembaca

2.4 Alur Penelitian

Penelitian berjudul “News Comment Di Portal Berita Pada Suasana Politik Menjelang Pemilu 2019 (Analisis Sentimen Terhadap Isi Kolom Komentar Portal Berita CNN Indonesia)” berangkat dari keterlibatan konsumen produk jurnalistik yang kini telah banyak memberi umpan balik kepada produk jurnalistik yang dikonsumsi. Keberadaan respon pembaca diranah jurnalistik belum sepenuhnya dapat menjamin kedaulatan di dalam kolom komentar. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana kondisi kolom komentar di portal berita CNN Indonesia. Selain mencari tahu sentimen seperti apa yang dominan, penelitian ini juga ingin melihat apakah warganet memahami masalah yang mereka timbulkan. Komentar yang diteliti dalam penelitian ini merupakan komentar yang beredar selama masa kampanye pilpres 2019 dan akan diteliti menggunakan Naïve Bayes Classifier.

Bagan 1. Alur Penelitian

News Comment Di Portal Berita Pada Suasana Politik Menjelang Pemilu 2019



Public Participation

Digital Public Sphere

Kolom Komentar

Affective Public

Hatespeech



Naïve Bayes Classifier



News Comment Di Portal Berita Pada Suasana Politik Menjelang Pemilu 2019 (Analisis Sentimen Terhadap Isi Kolom Komentar Portal Berita CNN Indonesia)