

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Saat ini buah dari ilmu teknologi informasi tidak hanya kita lihat dalam bentuk alat seperti komputer ataupun perangkat seluler. Kini, ilmu teknologi informasi juga berkembang melahirkan medium lain seperti media sosial yang bisa menghubungkan manusia lewat berbagai fitur dan aplikasinya mulai dari Twitter (X), Instagram, hingga Facebook. Media sosial sudah menjadi wadah orang-orang untuk bertegur sapa, berinteraksi, hingga menyuarakan pendapat dengan bebas dan cepat. Bahkan media sosial juga membuat para penggunanya berlomba-lomba untuk meningkatkan penggunaan teknologi terbaru tersebut hingga menyebabkan rasa ketergantungan. Hasil inovasi di bidang teknologi informasi ini memiliki dampak terhadap pola kehidupan sosial.

Media sosial memiliki kekuatan yang sangat besar dalam mengubah perilaku seseorang. Media sosial sudah terbukti dapat memberikan dampak negatif terhadap manusia yakni menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, menurunnya interaksi tatap muka, rasa kecanduan terhadap internet, mudahnya konflik ditimbulkan, masalah privasi, dan kerentanan yang lebih tinggi terhadap pengaruh buruk orang lain.<sup>1</sup> Selain itu, media sosial juga menjadi pengaruh utama perubahan sosial masyarakat. Kekuatan media sosial juga dapat mempengaruhi pengembangan kesenjangan sosial. Selain mempengaruhi kesenjangan sosial, media sosial juga secara signifikan memberikan perubahan terhadap kebiasaan

---

<sup>1</sup> Betaubun, Y. yuliana. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/wxvpq>

berbahasa mulai dari percampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, bahasa *slang*, hingga bahasa bermuatan kebencian atau ujaran kebencian.<sup>2</sup>

Ujaran kebencian di media sosial sudah menjadi masalah serius yang dapat merembet ke berbagai hal lain mulai dari kesehatan mental hingga jeratan hukum pidana. Ujaran diartikan sebagai kalimat atau bagian dari kalimat yang dilisankan, dalam hal berkalimat di internet biasa disebut dengan komentar. Sedangkan kebencian berarti sifat-sifat benci.<sup>3</sup> Bisa dikatakan, ujaran kebencian adalah kalimat dengan muatan sifat-sifat benci atau negatif. Ujaran kebencian dan komentar negatif terbukti paling umum ditemukan di media sosial. Saking banyaknya ujaran kebencian yang bertebaran di media sosial, dibentuklah program Virtual Police yang bertujuan untuk menegur akun yang dinilai melakukan pelanggaran UU ITE berisi ujaran kebencian dan SARA. Berdasarkan pantauan dalam rentang 100 hari kerja pada tanggal 23 Februari 2021 hingga 31 Mei 2021, media sosial yang mendapat rekor teguran terbanyak adalah Twitter (X).<sup>4</sup>

Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu tempat orang mencari pundi-pundi uang, khususnya pada profesi *influencer*. *Influencer* adalah seseorang yang memiliki pengaruh besar di media sosial atau dalam komunitas tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku atau opini orang lain. *Influencer* memiliki jumlah pengikut

---

<sup>2</sup> Widawati, R. R. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Kebiasaan Berbahasa*. Seminar Nasional SAGA#4 (Sastra, Pedagogik, dan Bahasa). Diakses April 16, 2023, <http://seminar.uad.ac.id/index.php/saga/article/view/1093/383>

<sup>3</sup> ujaran. (2016). KBBI. Edisi X.

<sup>4</sup> Yumni, S. Z. (2022, Februari). *Budaya Berkomentar Warganet di Media Sosial: Ujaran Kebencian Sebagai Sebuah Tren*. Environmental Geography Student Association. Diakses April 16, 2023, <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2022/02/06/budaya-berkomentar-warganet-di-media-sosial-ujaran-kebencian-sebagai-sebuah-tren/>

yang besar dan loyal di media sosial, serta memiliki kemampuan untuk mempromosikan produk atau layanan melalui konten-konten kreatif dan menarik.

*Influencer* dapat menjadi mitra strategis bagi merek atau perusahaan untuk memasarkan produk mereka secara efektif dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengikut *influencer* tersebut. Namun, tidak semua *influencer* cocok untuk semua merek atau produk karena sering kali *influencer* juga memiliki tipe pengikut dan reputasi yang berbeda-beda. Dalam hal berbisnis di media sosial, reputasi seorang *influencer* dapat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian sehingga meningkatnya penjualan melalui e-commerce terbukti dan teruji secara empiris untuk strategi pemasaran digital yang sukses. Dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan *influencer* sangat cocok diimplementasikan untuk meningkatkan citra atau *brand image* secara efektif.<sup>5</sup> Ini adalah salah satu alasan mengapa *influencer* cukup populer menjadi mitra bisnis dan berinteraksi langsung dengan konsumen bisnis.

Salah satu *influencer* populer asal Indonesia adalah Gita Savitri Devi atau yang biasa dikenal dengan panggilan Gitasav. Sejak tahun 2022, Gitasav marak dibicarakan di media sosial Twitter (X). Ia memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak di media sosial, baik itu di YouTube maupun di Instagram. Meski dirinya aktif bekerja di media sosial dan marak dibicarakan warganet di Twitter (X), ia tidak memiliki akun Twitter (X) pribadi. Hal ini membuktikan popularitas nama Gitasav sudah meluas ke berbagai media sosial, bahkan ketika dirinya sendiri bahkan tidak memiliki akun Twitter (X).

---

<sup>5</sup> Muhammad Cahya, H. (2022). Pengaruh social media *influencer* terhadap Minat Beli konsumen di media sosial. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(4), 588–597. <https://doi.org/10.46799/jst.v3i4.550>

Berdasarkan jumlah pengikut dan popularitasnya yang banyak, bisa disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu *platform* utama bagi para *influencer* untuk bekerja, mulai dari membangun citra diri, mempromosikan produk, hingga menjual keahlian menginfluensi. Namun, dikarenakan efek influensi mereka dianggap besar, seringkali *influencer* dituntut untuk menjadi *role model* sempurna. Jika melakukan kesalahan, mereka rentan menerima ujaran kebencian di langsung di tempat mereka bekerja yakni di media sosial. Tidak terkecuali Gitasav sendiri. Sebagai sosok *influencer* yang memikul beban stigma untuk menjadi sempurna, Gitasav juga beberapa kali menerima ujaran kebencian saat dirinya tidak berlaku sesuai dengan nilai moral yang dianut oleh warganet.

Twitter (X) adalah media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi cuitan (*tweet*) dalam 280 karakter, termasuk dengan gambar dan video<sup>6</sup>. Twitter (X) terbukti digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan, mulai dari selebriti, politisi, warga biasa, hingga *influencer*. Berdasarkan data yang tersedia hingga 2021, Twitter (X) masih menjadi salah satu *platform* media sosial yang cukup populer dan digunakan secara luas di seluruh dunia. Menurut laporan terbaru dari Statista, pada kuartal kedua tahun 2021, Twitter (X) memiliki 206 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia.

Pengguna Twitter (X) bisa membagikan cuitan tersebut ke khalayak umum dengan memanfaatkan berbagai fitur yang fleksibel seperti *reply* (balas), *quote tweet* (kutip cuitan), hingga *mention* (sebutkan). Akan tetapi, fleksibilitas berinteraksi di Twitter (X) juga menjadi salah satu pemicu utama rentannya ujaran

---

<sup>6</sup> Twitter. (2023). *Pertanyaan Umum Pengguna Baru*. Twitter. Diakses April 16, 2023, dari [https://help.Twitter\(X\).com/id/resources/new-user-faq](https://help.Twitter(X).com/id/resources/new-user-faq)

kebencian disebar. Terlebih fitur *share* (bagikan) yang memudahkan distribusi informasi dengan cepat serta kebebasan untuk menamai akun menjadi anonim membuat pengguna lebih mudah menyebar kebencian. Salah satu faktor produksi ujaran kebencian di media sosial salah satunya adalah karena kurangnya kontrol sosial di lingkungan yang tidak didukung dengan edukasi. Tentunya hal ini berhubungan dengan kesenjangan sosial yang menjadi dampak munculnya media sosial di tengah masyarakat. Kontrol sosial tersebut juga termasuk aturan yang disepakati dan ditaati oleh masyarakat.<sup>7</sup>

Bentuk kontrol sosial terhadap ujaran kebencian di Indonesia dituangkan dalam bentuk Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis (UUPDRE). Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mencantumkan perbuatan yang dilarang terkait menuangkan ujaran kebencian secara elektronik pada pasal 27 pada Ayat (3) dan pasal 28 Ayat (2). Kontrol sosial yang mengatur ujaran kebencian lainnya juga sudah diatur dalam pasal yang tercantum pada KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana). Dalam KUHP dijelaskan bahwa ujaran kebencian adalah berupa penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong. Warga yang merasa menjadi korban dapat melaporkan hal tersebut ke kepolisian. Penyidik dapat menerapkan aturan dalam KUHP Pasal 156, Pasal 157, Pasal 310, maupun Pasal 311.

---

<sup>7</sup> Sa'idah, F., Santi, D., & Suryanto, S. (2021). Faktor Produksi Ujaran Kebencian melalui Media Sosial. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6, 1–15.  
<https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i1.5144>



Kajian linguistik forensik menjadi salah satu studi yang bisa membantu UU ITE ditegakkan. Untuk membantu merealisasikan hukum, diperlukan adanya analisis dan tinjauan lebih lanjut terkait suatu kasus, termasuk pada kasus ujaran kebencian. Linguistik forensik adalah kajian ilmiah yang bermaksud membedah bahasa untuk dinilai unsur tindak kejahatannya. Ahli bahasa melakukan penyidikan hukum dibantu dengan studi linguistik forensik. Hal ini membuktikan bahwa bahasa memiliki peran penting dalam bidang hukum.

Melihat banyaknya data yang bisa diperoleh dari media sosial Twitter (X) terkait ujaran kebencian terhadap Gitasav, peneliti memilih untuk melakukan pengambilan data dengan mencari kata kunci Gitasav di kolom pencarian Twitter (X) dan mengumpulkan ujaran kebenciannya. Berpegang dengan landasan UU ITE dan KUHP, peneliti akan membagi bentuk ujaran kebencian di Twitter (X) ke dalam bentuk penghinaan, provokasi, dan penghasutan, kemudian peneliti akan menganalisis tindak tutur dari ujaran kebencian tersebut. Sebagai bahan analisis, peneliti menggunakan sumber data ujaran kebencian yang bisa ditelusuri di media sosial, khususnya cuitan Twitter (X) yang merespons pernyataan Gitasav mengenai *childfree* dan *stunting*. Cuitan dicari dengan kata kunci gitasav. Kemudian, sebagai bahan analisis linguistik, peneliti juga akan memberikan teori tindak tutur pragmatik. Analisis semantik yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud memperjelas makna ujaran kebencian yang dituturkan warganet melalui cuitannya di Twitter (X). Analisis semantik akan dibagi ke dalam makna leksikal dan makna kontekstual.

Permasalahan yang dihadapi untuk penelitian ini adalah mengetahui apakah cuitan yang diunggah warganet mengandung kebencian yang memuat pidana,

khususnya untuk ujaran kebencian terhadap *influencer* Gitasav. Cuitan dalam Twitter (X) ini akan dianalisis dengan kajian linguistik forensik yang melibatkan teori linguistik lainnya yakni semantik, khususnya makna leksikal dan kontekstual. Berdasarkan penjabaran tersebut, bisa disimpulkan bahwa penelitian ini sangat penting dalam hubungan antara linguistik forensik, ujaran kebencian, media sosial, *influencer* dan pandangan warganet terhadap beban moral *influencer* di internet karena belum ada yang tuntas meneliti penghinaan dan pencemaran nama baik terhadap *influencer*. Ujaran kebencian di media sosial merupakan masalah yang serius dan bisa menjadi budaya yang tidak terpuji jika dibiarkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengeksplorasi dan menganalisis ujaran kebencian terhadap *influencer* Gitasav di media sosial dengan menggunakan pendekatan linguistik forensik.

Penelitian ini akan membahas mengenai jenis-jenis ujaran kebencian yang diarahkan kepada *influencer* Gitasav, serta analisis bahasa dan makna dari cuitan mengenai ujaran kebencian yang diunggah warganet dalam merespons pernyataan Gitasav tentang *childfree* dan *stunting*. Cuitan akan dianalisis makna ujarannya, kemudian dikategorikan ke dalam bentuk ujaran kebencian yang ditetapkan dalam KUHP.

## **1.2 Fokus dan Subfokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka bisa dikatakan bahwa penelitian ini memiliki fokus ujaran kebencian kepada Gitasav pada akun Twitter (X) warganet berdasarkan pendekatan linguistik forensik.

Subfokus yang digunakan dalam penelitian dengan analisis forensik yaitu:

1. Bentuk ujaran kebencian dalam cuitan Twitter (X) warganet kepada Gitasav

2. Makna ujaran kebencian dalam cuitan Twitter (X) warganet kepada Gitasav
3. Potensi pidana dari bentuk bahasa ujaran kebencian kepada Gitasav

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, fokus dan subfokus di atas, maka bisa disimpulkan bahwa rumusan masalah yang akan diteliti adalah “Bagaimana bentuk, makna, dan potensi pidana dari ujaran kebencian di akun media sosial Twitter (X) kepada Gitasav?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk ujaran kebencian kepada Gitasav di media sosial Twitter (X) warganet.
2. Mengetahui makna dari ujaran kebencian kepada Gitasav di media sosial Twitter (X) warganet.
3. Mengetahui potensi pidana dari bentuk bahasa ujaran kebencian kepada Gitasav di media sosial Twitter (X) warganet.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Secara teoritis, penelitian ini berguna untuk memperkaya ilmu pengetahuan serta menambah informasi mengenai penerapan kajian linguistik forensik melalui bentuk-bentuk ujaran kebencian yang ditujukan kepada *influencer* Gita Savitri Devi atau Gitasav di media sosial Twitter (X). Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi referensi untuk para peneliti berikutnya yang juga memiliki ketertarikan untuk menganalisis ujaran kebencian di media sosial dengan pendekatan linguistik forensik.



Secara praktis, penelitian ini berguna untuk masyarakat, khususnya warganet untuk mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya berhati-hati dalam menuliskan ujaran kebencian di internet.

