

Disertasi

**UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL
PASCA PILPRES RI 2019
(Studi Netnografi Pada Akun-Akun *Facebook* Dan *Instagram*)**



Oleh:

Ita Nurlita

NIM : 071517047312

**Program Doktor Ilmu Sosial
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Airlangga
2022**

**UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL
PASCA PILPRES RI 2019
(Studi Netnografi Pada Akun-Akun *Facebook* Dan *Instagram*)**

DISERTASI

Untuk Memperoleh Gelar Doktor Dalam Program Studi Ilmu Sosial
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga
Dipertahankan Di Hadapan Panitia Ujian Doktor Terbuka

**Oleh
ITA NURLITA
NIM 071517047312**

**PROGRAM DOKTOR ILMU SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Ita Nurlita (NIM 071517047312)

UJIAN DISERTASI TERBUKA INI TELAH DISETUJUI

JANUARI 2023

Oleh :

Promotor



**Prof. Dr. H. Henri Subiakto, Drs.,SH., M.Si.
NIP 196203291988101001**

Ko Promotor



**Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.
NIP 197911222003122001**

**Mengetahui,
Ketua Program Studi S3 Ilmu Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga**



**Dr. Phill. Toetik Koesbardiati, Dra.
NIP 196701141993032002**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ita Nurlita, S.Sos., M.MedKom.
 NIM : 071517047312
 Program Studi : S3 – Ilmu Sosial
 Judul : **UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL SETELAH
 PILPRES RI 2019 (Studi Netnografi Pada Akun-Akun
 Facebook Dan Instagram)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Naskah rancangan disertasi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, bukan hasil karya orang lain. Naskah ini bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain dan telah mengikuti uji plagiarisme (uji turnitin) dengan keterangan memenuhi syarat untuk diujikan
2. Dalam karya ini tidak terdapat karya orang lain atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Surabaya, 09 Septemser 2022

Yang menyatakan



Ita Nurlita, S.Sos., M.MedKom.

Disertasi ini telah diuji pada Ujian Doktor Tahap I (Tertutup)

Hari/Tanggal: Senin, 26 Desember 2022

Promotor : Prof. Dr. Henri Subiakto, Drs., SH., M.Si.

Ko-Promotor : Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms, Ph.D.

PANITIA PENGUJI DISERTASI:

Ketua : Dr.Phil. Toetik Koesbardiati, Dra.

- Anggota :**
- 1. Prof. Dr. Henri Subiakto, Drs., SH., M.Si.**
 - 2. Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms, Ph.D.**
 - 3. Prof. Dr. Musta'in, Drs., M.Si.**
 - 4. Prof. Dr. Bagong Suyanto, Drs., M.Si.**
 - 5. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**
 - 6. Yuyun Wahyu Izzati, S.Sos., MA., Ph.D.**

Ditetapkan dengan Surat Tugas
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
Nomor: 9413/UN3.1.7/PK/2022
Tanggal : 19 Desember 2022

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, penulis dapat menyelesaikan penyusunan disertasi yang berjudul: ***UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL PASCA PILPRES RI 2019 (Studi Netnografi Pada Akun-Akun Facebook Dan Instagram)*** dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar doktor di Universitas Airlangga.

Penulis menyadari bahwa disertasi dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan disertasi ini. Secara khusus ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Nasih, S.E., M.T., Ak., CMA sebagai Rektor Universitas Airlangga atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan dalam mengikuti dan menyelesaikan pendidikan pada Program *Doktor Ilmu Sosial* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik *Universitas Airlangga*;
2. Prof. Bagong Suyanto Drs., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang telah memberi kemudahan, dukungan dan suasana keilmuan yang kondusif selama mengikuti program doktor hingga penyelesaian disertasi;
3. Dr. Phill. Toetik Koesbardiati, Dra. sebagai Ketua Program Studi S3 Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, yang tiada henti memberikan dukungan baik moral maupun spiritual untuk tidak menyerah dan terus berjuang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Doktor Ilmu Sosial *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*;
4. Prof. Dr. Musta'in, Drs., M.Si. sebagai Pembimbing Akademik saat mulai kuliah di Program Studi S3 Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga ini hingga selesainya Disertasi selalu memberikan bimbingan dan dorongan untuk percaya diri dalam menyelesaikan studi ini.
5. Prof. Dr. H. Henri Subiakto, Drs., SH., M.Si. selaku Promotor yang telah memberikan dorongan, bimbingan, arahan, saran serta masukan kepada penulis selama penyusunan

disertasi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Doktor Ilmu Sosial *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*;

6. Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D., sebagai Ko-Promotor yang telah memberikan bimbingan, arahan masukan-masukan serta saran kepada penulis untuk memperbaiki penyusunan disertasi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
7. Dewan Penguji Kualifikasi hingga Ujian Kelayakan yang telah memberikan masukan, arahan, dan sumbangsih akademik yang membantu penyempurnaan disertasi ini;
8. Seluruh dosen pada program *Doktor Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*, yang secara langsung atau tidak langsung telah memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan disertasi;
9. Staf administrasi Bapak Rofik dan Mbak Reni pada program Doktor Ilmu Sosial *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*, yang secara langsung telah memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan disertasi.
10. Seluruh rekan-rekan Program Studi S3 Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, khususnya angkatan 2015, yang telah saling mendukung untuk melalui perjuangan bersama-sama, juga telah memberikan sumbangan pemikiran dan motivasi sehingga penulisan disertasi dapat diselesaikan;
11. Seluruh rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya, yang selalu mendukung dan memberi semangat pada peneliti untuk bisa menyelesaikan studi ini;
12. Suami tercinta, “Siswanto”, dengan kesabaran selalu mendampingi peneliti, hingga peneliti mampu menyelesaikan studi ini;
13. Pelita hati Fredara Sista Putri dan Farizal Rahmadana Putri, yang terus memberi semangat tiada henti kepada peneliti untuk menyelesaikan studi;
14. Pihak pihak yang telah membantu lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga disertasi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan sosial khususnya studi komunikasi gender; serta menjadi pemicu semangat bagi perempuan untuk terus berani bergerak, karena menjadi apa diri kita tergantung bagaimana kita mengukirnya.

Surabaya, Januari 2023
Ita Nurlita

ABSTRAK

**UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL PASCA PILPRES RI 2019
(Studi Netnografi Pada Akun-Akun *Facebook* Dan *Instagram*)**

Ita Nurlita

Tujuan penelitian ini menganalisis penyebaran informasi yang menimbulkan ujaran kebencian oleh akun-akun di media sosial pasca Pilpres RI 2019, Oleh karena hampir tiap hari banyak akun-akun di media sosial dengan mudah dan bebas menyebarkan informasi yang menimbulkan kebencian di masyarakat, seperti saat “Pilpres RI 2019”, yaitu berupa unggahan status, tautan, berita, dan gambar-gambar yang dapat dikategorikan sebagai ujaran kebencian. Meskipun kontestasi politik “Pilpres RI 2019” telah selesai, ujaran kebencian di media sosial masih tetap berlanjut bahkan semakin panas meramaikan jagad dunia maya. Adapun media sosial yang banyak terpapar ujaran kebencian menurut Survey Daily Sosial Indonesia pada tahun 2019 adalah *Facebook* dan *Instagram*.

Ujaran kebencian ini dapat menjadi pemicu perang di media sosial yang membentuk dua kelompok yang saling berseberangan secara aktif memproduksi informasi atau isu yang digunakan sebagai alat perang. Alat perang ini dalam teori Singer dikatakan sebagai “*The Weaponization of Social Media*”, tujuannya untuk mendapatkan dukungan dari pengguna media sosial maupun pengikut mereka (*followers*), alat perang ini digerakkan oleh aktor yang mempunyai peran sangat penting dalam memenangkan perang di media sosial, dengan menstimulasi isu yang menarik. Pada era *Post -Truth* sekarang ini alat perang tersebut merupakan informasi yang kebenarannya masih ada diluar (*The Truth Is Out There*) menurut Singer dan kebenaran yang masih semu (*False Truth*) menurut Siva, sehingga sang aktor dapat memainkan narasi, berbagai pilihan informasi, sensasi berita bahkan propaganda dengan menggunakan teknologi komunikasi untuk menarik dan mendapatkan dukungan dari pengguna media sosial. Dalam perspektif Teori Tekonologi Komunikasi terdapat ada dua teori saling bertolak belakang, pertama *Teori Determinisme Teknologi (TDT)* dari Mc Luhan dan Harold Adam menyatakan bahwa pengguna media sosial dibuat menjadi pasif sehingga dapat dikendalikan dan dipengaruhi selanjutnya dikritik oleh William dalam *Teori Social Shaping Of Technology (SST)* bahwa pengguna media sosial tidak hanya pasif dikendalikan oleh platform media sosial namun dapat menjadi aktif dengan pilihan informasinya sendiri.

Untuk lebih mendalam mengungkap suatu fenomena di atas, digunakan metode Netnografi, yaitu menurut Kozinet merupakan metode penelitian untuk memahami interaksi antar individu, masyarakat maupun kelompok sosial serta budayanya melalui jaringan internet. Jadi metode Netnografi disini untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan mengungkap dan menelaah berbagai aktivitas akun-akun di media sosial yang terhubung oleh kelompok akun yang saling berseberangan dengan menyebarkan informasi yang menimbulkan ujaran kebencian hingga perang di media sosial, terutama di media sosial *facebook* dan *instagram*.

Melalui proses analisis netnografi, penelitian ini menemukan: 1) Terdapat beberapa akun, yaitu akun pribadi, akun centang biru, akun admin dan akun *bots* yang terhubung dan diidentifikasi sebagai kelompok akun kontra pemerintah dan kelompok akun pro pemerintah yang sama-sama menngunggah informasi yang menimbulkan ujaran kebencian, dengan pola unggahan *offensive* dan *defensive* 2) Terdapat jaringan aktor yang kuat melalui isu-isu yang dikendalikan oleh aktor dari kedua kelompok untuk menarik serta mencari dukungan *follower* dan pengguna media sosial dengan tujuan

untuk memenangkan perang di media sosial. Di dapat fakta bahwa kelompok pro pemerintah lebih dominan oleh karena aktivitas kelompok itu masih aktif dengan jumlah *follower* yang masih banyak (tidak berkurang). Sedangkan akun kontra pemerintah banyak yang tumbang (dinonaktifkan platform media sosial) sehingga aktivitas dan *followers*nya juga berkurang. 3) Pengguna media sosial pada era *Post Truth* saat ini cenderung mencari sendiri kebenaran informasi sesuai dengan keyakinannya, mereka saat ini sudah tidak begitu fanatik serta tidak dapat dikendalikan oleh narasi dan propaganda aktor (perspektif teori SST). Hal ini berbeda saat Pilpres RI 2019 lalu, dimana pengguna media sosial dapat dipengaruhi hingga menjadi fanatik (perspektif teori TDT) dengan saling melemparkan serta menyerang berbagai ujaran kebencian. Selain itu saat ini pengguna media sosial juga tidak lagi percaya pada aktor akibat seringnya aktor menggunggah isu-isu serupa yang berulang-ulang dengan dukungan ratusan akun-akun *bots* yang membabi buta sehingga menurunkan kepercayaan *follower*nya yang pada akhirnya banyak yang *un-follow* dan bahkan ada yang berpindah kelompok.

Kata Kunci: Ujaran Kebencian, Media Sosial, Pasca Pilpres RI 2019, Metode Netnografi, Informasi *Era Post-truth*.

ABSTRACT

HATE SPEECH ON SOCIAL MEDIA AFTER THE INDONESIAN PRESIDENTIAL ELECTION IN 2019 (Netnographic Studies on Facebook and Instagram Accounts)

Ita Nurlita

This study analyzes the spread of information that causes hate speech on Facebook and Instagram accounts after the Indonesian presidential election in 2019. During the political contestation, especially The Indonesian Presidential Election in 2019, almost every day many accounts on social media easily and freely spread information that causes hatred. Even though the political contestation of the Indonesian Presidential Election in 2019 has ended, hate speech continues and even gets hotter on social media. According to the Indonesian Social Daily Survey in 2019, the most exposed to hate speech on social media that ranks first and second are Facebook and Instagram.

Hate speech can trigger a war on social media, its has formed two opposing groups to actively produce discourses, opinions, information, issues or rumors that are used as tools of war. This tool of war in Singer's theory is said to be "The Weaponization of Social Media", the aim is to gain support from social media users and their followers, this tool of war is driven by the actors who is very important in winning the war on social media. In the current Post-Truth era, this tool of war is information whose The Truth Is Out There according to Singer and False Truth according to Siva, so that the actor can play narration, various information choices and news sensationalism, even propaganda by using communication technology to attract and gain support from social media users. As for the perspective of Communication

Technology Theory, there are two contradictory theories, firstly The Theory of Technology Determinism (TDT) from McLuhan and Harold Adams which states that social media users are made passive so that they can be controlled and influenced, then criticized by the Theory of Social Shaping Of Technology (SST).) according to William that social media users are not only passively controlled by social media platforms but can become active with their own information choices.

To reveal this phenomenon above, researcher uses the Netnography method which according to Kozinets is a research method for understanding interactions between individuals, communities and social groups and its culture through the internet network. So the Netnography method here to answer research questions through reveal and examine various activities of accounts on social media that are connected by groups of accounts that are opposite each other by spreading information that causes hate speech to war on social media, especially on Facebook and Instagram.

Through a process of netnographic analysis, this study found: 1) There were several accounts, namely personal accounts, blue tick accounts, admin accounts and bots accounts that were connected and identified as a group of counter-government accounts and a group of pro-government accounts that both uploaded information that caused hate speech, with patterns of offensive and defensive 2) There is a strong network of actors through issues, controlled by actors from both groups to attract and seek support from followers and social media users with the aim of winning the war on social media. The fact found that the pro-government group is dominant because their activities are still active and the number of followers is still large (not decreasing). Meanwhile, many counter-government accounts have collapsed (deactivated social media platforms) so that their activity and followers have also decreased. 3) Social media users in the current Post Truth era tend to seek the truth of information according to their own beliefs, they are now not so fanatical and cannot be controlled by actor narrative and propaganda (SST theory perspective). This was different during the 2019 Indonesian Presidential Election, where social media users could be influenced to become fanatical (TDT theory perspective) which then rife with throwing and attacking various hate speeches. In addition, currently social media users also no longer trust actors due to actors often uploading similar issues over and over again with the support of hundreds of bots accounts that blindly reduce the trust of their followers which in the end many unfollow and some even changing groups

Keywords: Hate Speech, Social Media, After The Indonesian Presidential Election in 2019, Netnographic Method, Information of Post-truth Era

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Tujuan Penelitian	20
1.4. Manfaat Penelitian	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu	23
2.2. Tinjauan Teori	35
2.2.1. Media Sosial	35
2.2.1.1. Regulasi Media Sosial	35
2.2.1.2. Perilaku Di Media Sosial	40
2.2.1.3. Media Sosial Sebagai Alat Perang	45
2.2.1.4. Media Sosial Menciptakan Kebenaran Semu	52
2.2.2. Ujaran Kebencian Di Media Sosial	61
2.2.2.1. Unsur-Unsur Dan Peraturan Ujaran Kebencian Di Indonesia.....	61
2.2.2.2. Aspek-aspek Identifikasi Ujaran Kebencian Di Media Sosial.....	67
2.2.2.3. Ujaran Kebencian di Media Sosial Sebagai Propaganda	74
2.2.3. Informasi Pada Era Post Truth Dalam Perspektif Teori	
Teknologi Komunikasi	85
2.2.3.1. Kebenaran Informasi Dalam Era Post Truth	85
2.2.3.2. Proses Inovasi, Adopsi Dan Dampak Teknologi Media Sosial.....	90
2.2.3.2. Era Post Truth di Indonesia	95

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma dan Jenis Penelitian	102
3.2. Metode Penelitian	103
3.3. Ruang Lingkup Penelitian	106
3.4. Tahap Penelitian	108
3.5. Teknik Pengumpulan Data	110
3.6. Analisis Data Netnografi	113

BAB IV AKTIVITAS AKUN-AKUN YANG MENIMBULKAN UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

4.1. Identifikasi Aktivitas Akun-Akun Di Media Sosial	116
4.1.1. Akun Pribadi atau Individu	116
4.1.2. Akun Publik Figur Yang Telah Terverifikasi (Centang Biru).....	150
4.1.3. Akun Administrator (Admin)	179
4.1.4. Akun Bots	192
4.2. Analisis Metode Netnografi Pada Aktivitas Akun-akun Yang Menimbulkan Ujaran Kebencian Di Media Sosial	197

BAB V MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PERANG OLEH AKUN-AKUN

5.1. Peran Akun-Akun Yang Menimbulkan Perang Di Media Sosial	215
5.1.1. Akun Yang Berperan Sebagai Aktor Kontra Pemerintah	220
5.1.2. Akun Yang Berperan Sebagai Aktor Pro Pemerintah	226
5.2. Isu-Isu Yang Menimbulkan Ujaran Kebencian Dan Memicu Perang Di Media Sosial	231
5.2.1. Isu Tentang PKI.....	232
5.2.2. Isu Tentang Kepemimpinan Dan Partai Politik.....	236
5.2.3. Isu Tentang Agama Dan Pemuka Agama (Ulama)	239
5.3. Jaringan Aktor Yang Terhubung Oleh Isu-Isu	243
5.4. Analisis Metode Netnografi Pada Peran Aktor Yang Menimbulkan Perang Di Media Sosial	246

BAB VI INFORMASI YANG MENIMBULKAN UJARAN KEBENCIAN PADA ERA POST TRUTH DALAM PERSPEKTIF TEORI TEKNOLOGI KOMUNIKASI

6.1. Teknologi Komunikasi Digunakan Untuk Narasi Aktor, Pilihan Informasi Dan Sensasi Berita	252
6.2. Teknologi Komunikasi Digunakan Untuk Propaganda Aktor.....	258
6.3. Literasi Media Terhadap Pengaruh Informasi Era Post Truth.....	264

BAB VII P E N U T U P

7.1. Kesimpulan	273
7.2. Implikasi Teoretis	282
7.3. Refleksi Peneliti	292

DAFTAR PUSTAKA	296
-----------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	: Profil Akun Pribadi <i>Facebook</i> @Budimanxxx.....	119
Gambar 4.2.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Facebook @Budimanxxx Tentang Presiden Jokowi.....	120
Gambar 4.3	: Profil Akun Pribadi <i>Facebook</i> @Jernitaxxx.....	121
Gambar 4.4.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun <i>Facebook</i> @Jernitaxxx Tentang Presiden Jokowi.....	122
Gambar 4.5.	: Profil Kosong akun @Jernitaxxx.....	123
Gambar 4.6.	: Profil Akun Pribadi <i>Facebook</i> @Shintaxxx.....	124
Gambar 4.7.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun <i>Facebook</i> @Shintaxxx Tentang Pelantikan Presiden & Wapres RI 2019.....	125
Gambar 4.8.	: Profil Akun Pribadi <i>Instagram</i> @Indahxxx.....	127
Gambar 4.9.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @Indahxxx Tentang Kebijakan Presiden Jokowi.....	128
Gambar 4.10.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @Indahxxx Tentang Kepala Negara RI.....	129
Gambar 4.11.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @Indahxxx Pada Keluarga dan Jajaran Pemerintahan Jokowi.....	130
Gambar 4.12.	: Profil Akun Pribadi <i>Instagram</i> @akhwatxxx.....	132
Gambar 4.13.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @akhwatxxx Tentang Jajaran Pemerintahan Jokowi	133
Gambar 4.14.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @akhwatxxx Tentang Kebijakan Pemerintahan Jokowi	134
Gambar 4.15.	: Profil Akun Pribadi <i>Intagram</i> @Tijgherxxx	135
Gambar 4.16.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @tijgherxxx Tentang Dakwah Provokasi	136
Gambar 4.17.	: Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @tijgherxxxTentang Jokowi Lengser	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.18. : Profil Akun Pribadi Intagram @nekbongxxx	138
Gambar 4.19. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @nekbongxxx Tentang Ustaz Abdul Somad	139
Gambar 4.20. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @nekbongxxx Tentang Habib Rizieq Shihab	141
Gambar 4.21. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @nekbongxxx Tentang Ustaz Haikal Hassan	142
Gambar 4.22. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @nekbongxxx Tentang Gubernur Anies Baswedan	143
Gambar 4.23. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @nekbongxxx Tentang Politikus Fadlixxx	145
Gambar 4.24. : Profil Akun Pribadi Intagram @diezpungxxx	146
Gambar 4.25. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @diezpungxxx Tentang Lawan Politik Jokowi	147
Gambar 4.26. : Unggahan Ujaran Kebencian Akun Pribadi <i>Instagram</i> @diezpungxxx Tentang Tokoh Agama	149
Gambar 4.27. : Profil Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @teddyxxx	153
Gambar 4.28. : Unggahan Akun Centang Biru Facebook Centang Biru @Teddyxxxdi Tentang Gubernur DKI Anies Baswedan	154
Gambar 4.29. : Unggahan Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Teddyxxx Tentang Ulama	155
Gambar 4.30. : Unggahan Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Teddyxxx Tentang SBY Dan AHY	157
Gambar 4.31. : Unggahan Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Teddyxxx Tentang Berseberangan Terhadap SBY	158
Gambar 4.32. : Profil Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Fadlixxx	159
Gambar 4.33. : Unggahan Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Fadlixxx Tentang Kebijakan Pemerintahan Presiden Jokowi	160
Gambar 4.34. : Unggahan Akun <i>Facebook</i> Centang Biru @Fadlixxx Tentang Regulasi Covid 19	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.35. : Profil Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @dennyxxx	166
Gambar 4.36. : Unggahan Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @dennyxxx Tentang HRS	167
Gambar 4.37. : Unggahan Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @dennyxxx Tentang Ustaz Yahya Waloni Dan Ustaz Tengku Zul	169
Gambar 4.38. : Profil Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @permaxxx	171
Gambar 4.39. : Unggahan Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @permaxxx Tentang Ustaz Maher Dan Ustaz Abdul Somad	173
Gambar 4.40. : Unggahan Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @permaxxx Tentang Kadrun	176
Gambar 4.41. : Unggahan Akun <i>Instagram</i> Centang Biru @permaxxx Tentang Gubernur Anies Baswedan	178
Gambar 4.42. : Profil Akun Admin <i>Facebook</i> @Cyberxxx	181
Gambar 4.43. : Unggahan Akun Admin <i>Facebook</i> @Aliansixxx Indonesia Tentang Partai Koalisi Pemerintah PDI P	182
Gambar 4.44. : Unggahan Akun Admin <i>Facebook</i> @Aliansixxx Indonesia Tentang Kebohongan Presiden Jokowi	184
Gambar 4.45. : Profil Akun Admin <i>Instagram</i> @keberagamanxxx	186
Gambar 4.46. : Unggahan <i>Instagram</i> Akun Admin @keberagamanxxx Tentang Lawan Politik Jokowi	187
Gambar 4.47. : Unggahan <i>Instagram</i> Akun Admin @keberagamanxxx Tentang Partai Komunis Indonesia	189
Gambar 4.48. : Unggahan <i>Instagram</i> Akun Admin @keberagamanxxx Tentang Infrastruktur	190
Gambar 4.49. : Profil Akun Bots Pada Media Sosial Yang Mempunyai Sedikit Unggahan	193
Gambar 4.50. : Profil Akun Bots Pada Media Sosial Yang Mempunyai Banyak Unggahan	194
Gambar 4.51. : Contoh Komentar Akun Bots Pada Media Sosial	195

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1.	: Akun Individu Berperan Sebagai Aktor Yang Kontra Pemerintah.....	222
Gambar 5.2.	: Akun Centang Biru Berperan Sebagai Aktor Yang Kontra Pemerintah.....	223
Gambar 5.3.	: Akun Admin Berperan Sebagai Aktor Yang Kontra Pemerintah	224
Gambar 5.4.	: Akun Pribadi Berperan Sebagai Aktor Yang Pro Pemerintah.....	227
Gambar 5.5.	: Akun Centang Biru Berperan Sebagai Aktor Yang Pro Pemerintah	228
Gambar 5.6.	: Akun Admin Berperan Sebagai Aktor Yang Pro Pemerintah	230
Gambar 5.7.	: Isu <i>Offensive</i> Tentang PKI Akun Kontra Pemerintah.....	234
Gambar 5.8.	: Isu <i>Defensive</i> Tentang PKI Akun Pro Pemerintah.....	234
Gambar 5.9.	: Isu Tentang Kriminalisasi Ulama.....	242
Gambar 5.10.	: Jaringan Aktor Kelompok Akun Kontra Pemerintah.....	244
Gambar 5.11.	: Jaringan Aktor Kelompok Akun Pro Pemerintah.....	245
Gambar 6.1.	: Isu dan Narasi Yang Disebarkan Oleh Aktor Untuk Memperoleh Dukungan <i>Follower</i>	254
Gambar 6.2.	: Pilihan Informasi Sesuai Dengan Keyakinan Terhadap Kebenarannya Pada Era <i>Post Truth</i>	256
Gambar 6.3.	: Literasi Media Dari Pengaruh Informasi Era <i>Post Truth</i>	267
Gambar 6.4.	: Akun Yang Di Nonaktifkan Oleh <i>Instagram</i>	268
Gambar 6.5.	: Akun Yang Di Nonaktifkan Oleh <i>Facebook</i>	269
Gambar 6.6.	: Analisis Penanggulangan Informasi Oleh <i>Fact Checker</i>	271
Gambar 7.1.	: Kerangka Teoretis	291

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	: Analisis Netnografi <i>Coding</i> dan <i>Nothing</i> Akun Pribadi Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i>	197
Tabel 4.2.	: Analisis Netnografi <i>Coding</i> dan <i>Nothing</i> Akun Centang Biru Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i> ...	203
Tabel 4.3.	: Analisis Netnografi <i>Coding</i> dan <i>Nothing</i> Akun Admin Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i>	206
Tabel 4.4.	: Analisis Netnografi <i>Abstracting</i> dan <i>Comparing</i> Akun Pribadi Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i>	208
Tabel 4.5.	: Analisis Netnografi <i>Abstracting</i> dan <i>Comparing</i> Akun Centang Biru Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i> ...	210
Tabel 4.6.	: Analisis Netnografi <i>Abstracting</i> dan <i>Comparing</i> Akun Administrator Pada Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i> ...	211
Tabel 5.1.	: Analisis Netnografi <i>Checking</i> Dan <i>Refinement</i> Peran Akun sebagai Aktor Kontra Pemerintah Di Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i>	247
Tabel 5.2.	: Analisis Netnografi <i>Checking</i> Dan <i>Refinement</i> Peran Akun sebagai Aktor Pro Pemerintah Di Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i>	248