

Netizen Commentary Analysis on @nona_baygon content: A Pro and Contra Study

¹Nurul Amalia, ²Salsabila

^{1,2}Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

¹240401033@student.ar-raniry.ac.id, ²240401048@student.ar-raniry.ac.id

Abstract: *This study aims to qualitatively describe netizen comments on the social media account @nona_baygon, focusing on the dynamics of pro and contra responses in digital spaces. A qualitative descriptive approach was applied using content analysis of comments on selected viral posts with high engagement levels. Data were collected through observation and documentation of user comments on social media platforms and analyzed through data reduction, categorization, and thematic interpretation based on positive, negative, and neutral sentiment tendencies. The findings indicate that netizen comments are dominated by emotional reactions divided into two main poles: support for the creativity of the content, which is considered unique, and criticism of its controversial style of delivery that often triggers public debate. This phenomenon shows that social media functions not only as a space for entertainment but also as a field for constructing social meaning, identity, and public opinion. The interaction reflects how societal perceptions are rapidly shaped within open and dynamic digital environments. The study concludes that @nona_baygon's content has strong appeal that significantly generates public opinion polarization within modern social media ecosystems.*

Keywords: *Comment Analysis, Netizens, Social Media, Sentiment, Digital Content.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara kualitatif komentar netizen terhadap konten akun media sosial @nona_baygon dengan fokus pada dinamika pro dan kontra yang muncul di ruang digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi terhadap komentar pada beberapa unggahan yang dianggap viral dan memiliki tingkat interaksi tinggi. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan dokumentasi komentar pada platform media sosial, kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, pengelompokan, dan interpretasi secara tematik berdasarkan kecenderungan sentimen positif, negatif, dan netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar netizen didominasi oleh reaksi emosional yang terbagi dalam dua kutub utama, yaitu dukungan terhadap kreativitas konten yang dianggap unik serta kritik terhadap gaya penyampaian yang dinilai kontroversial dan memicu perdebatan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai arena konstruksi makna sosial, identitas, dan opini publik. Interaksi yang terjadi menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terbentuk secara cepat melalui ruang digital yang terbuka dan dinamis.*

Kata kunci: *Analisis Komentar, Netizen, Media Sosial, Sentimen, Konten Digital.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara manusia berkomunikasi secara signifikan, dari interaksi langsung menjadi interaksi berbasis layar yang serba cepat, instan, dan terbuka tanpa batas ruang maupun waktu. Transformasi ini tidak hanya menggeser pola komunikasi, tetapi juga membentuk cara baru dalam memahami realitas sosial yang kini banyak dipengaruhi oleh arus informasi digital. Ruang digital kini tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi arena konstruksi makna sosial yang terus bergerak, berubah, dan saling bertabrakan dalam setiap detik interaksi. Komentar netizen muncul sebagai salah satu bentuk ekspresi paling dominan dalam ekosistem media sosial yang mencerminkan opini publik secara spontan, bebas, dan sering kali tanpa filter (Sufri Eka Bhakti, 2020). Dalam konteks ini, media sosial membentuk ruang diskursif yang mempertemukan berbagai pandangan yang sering kali saling bertentangan, menciptakan dinamika komunikasi yang kompleks dan tidak selalu dapat diprediksi (Kasmawati et al., 2024). Media sosial telah mentransformasi ruang publik menjadi lebih cair, algoritmis, dan partisipatif, sehingga setiap individu memiliki peluang yang sama untuk memproduksi dan menyebarkan makna (Hartono & Massaguni, 2025).

Akun media sosial seperti @nona_baygon menjadi salah satu contoh nyata bagaimana konten digital dapat memicu interaksi intens di kolom komentar yang penuh dinamika dan tidak jarang memunculkan perdebatan terbuka. Konten yang diunggah tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai pemicu diskusi publik yang berkembang menjadi ruang negosiasi makna sosial di antara pengguna media sosial. Dalam beberapa unggahan, terlihat adanya respons yang sangat beragam, mulai dari dukungan yang penuh apresiasi hingga penolakan yang disampaikan dengan nada kritis bahkan tajam. Pola ini menunjukkan bahwa audiens digital tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam menafsirkan, menilai, dan merespons setiap pesan yang diterima sesuai dengan latar belakang sosial dan emosional masing-masing individu (Putri & Pratiwi, 2022). Fenomena selebgram dan kreator digital menunjukkan adanya perubahan struktur popularitas di dunia maya yang sangat dipengaruhi oleh interaksi audiens, bukan hanya oleh jumlah pengikut semata (Hartono & Massaguni, 2025).

Fenomena komentar netizen terhadap konten viral menunjukkan adanya pembelahan opini yang sering kali bersifat emosional, spontan, dan subjektif, sehingga tidak selalu berangkat dari pertimbangan rasional yang

mendalam. Komentar yang muncul tidak hanya berisi penilaian terhadap konten, tetapi juga memuat ekspresi identitas, emosi personal, pengalaman sosial, dan bahkan konflik nilai yang tersembunyi di balik layar interaksi digital. Dalam banyak kasus, ruang komentar berubah menjadi arena perdebatan yang mempertemukan pro dan kontra secara terbuka, masif, dan berlangsung dalam waktu yang sangat cepat. Pola interaksi ini memperlihatkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang publik baru yang memiliki karakteristik sangat berbeda dengan ruang komunikasi konvensional (Safira & Yuhdi, 2022). Bahasa evaluatif dalam interaksi digital mencerminkan sikap, emosi, dan penilaian yang melekat pada individu dalam merespons suatu fenomena, sehingga setiap komentar mengandung lapisan makna yang lebih dalam dari sekadar teks (Sitompul et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa komentar netizen tidak dapat dipahami hanya sebagai rangkaian kata, tetapi sebagai representasi sikap sosial yang kompleks dan dinamis (Kasmawati et al., 2024).

Penelitian mengenai interaksi digital telah banyak dilakukan, terutama terkait dengan bagaimana media sosial membentuk opini, perilaku, dan cara berpikir pengguna dalam merespons berbagai isu sosial. Namun demikian, kajian yang secara spesifik menganalisis akun kreator tertentu dengan pendekatan sentimen pro dan kontra masih relatif terbatas dan belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada isu aktivisme digital, ujaran kebencian, dinamika bahasa di media sosial secara umum, atau analisis komunikasi berbasis platform tanpa mengerucut pada objek akun tertentu (Putri & Pratiwi, 2022). Sementara itu, studi tentang komentar netizen pada akun kreator konten viral masih membutuhkan pendalaman lebih lanjut karena setiap akun memiliki karakteristik audiens yang berbeda dan pola interaksi yang unik (Hartono & Massaguni, 2025). Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang cukup signifikan yang dapat diisi melalui analisis yang lebih spesifik dan kontekstual (Sufri Eka Bhakti, 2020).

Fenomena polarisasi opini dalam media sosial menjadi salah satu isu penting dalam kajian komunikasi modern karena mencerminkan bagaimana masyarakat digital membentuk kelompok-kelompok opini yang saling berseberangan. Polarisasi ini sering muncul ketika sebuah konten memicu interpretasi yang berbeda-beda di kalangan pengguna media sosial, baik karena perbedaan nilai, pengalaman, maupun sudut pandang. Dalam konteks ini, komentar netizen tidak hanya berfungsi sebagai respons terhadap konten, tetapi juga sebagai bagian dari proses pembentukan realitas sosial yang terus berlangsung secara kolektif (Sufri Eka Bhakti, 2020). Media sosial sering menjadi ruang munculnya ekspresi ekstrem seperti kritik

tajam hingga ujaran kebencian, yang menunjukkan intensitas emosi dalam interaksi digital (Aini et al., 2024). Oleh karena itu, analisis terhadap komentar menjadi penting untuk memahami bagaimana struktur opini publik terbentuk dan mengeras dalam ruang digital (Hartono & Massaguni, 2025).

Penelitian ini berfokus pada analisis komentar netizen terhadap konten akun @nona_baygon dengan pendekatan kualitatif berbasis analisis isi yang menekankan pada pemaknaan terhadap teks komentar. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi serta mengklasifikasikan bentuk komentar pro dan kontra yang muncul dalam interaksi digital pada unggahan-unggahan tertentu. Suh (2020) menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang waktu digital yang memungkinkan interaksi tanpa batas geografis, sosial, dan temporal, sehingga mempercepat penyebaran opini publik. Hal ini menjadikan komentar sebagai data penting dalam memahami dinamika komunikasi modern yang sangat cepat berubah dan sulit diprediksi (Sufri Eka Bhakti, 2020). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan komprehensif tentang perilaku audiens digital dalam ruang interaksi terbuka.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap akun konten spesifik yang memiliki tingkat interaksi tinggi di media sosial. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung bersifat umum, penelitian ini menyoroti satu akun secara mendalam untuk melihat pola komentar yang terbentuk secara alami di ruang digital (Putri & Pratiwi, 2022). Berdasarkan hasil observasi awal terhadap beberapa unggahan akun @nona_baygon, ditemukan adanya variasi respons yang menunjukkan polarisasi opini di kalangan pengguna media sosial. Komentar yang bersifat pro antara lain, "Masya Allah cantik sekali Kak Nona," "Bahagia selalu Kak Nona," "Selama kamu bahagia lanjutkan Dek Nona," serta "Meungon ngon lon mantong Dek Nona," yang menunjukkan bentuk dukungan, apresiasi, dan simpati terhadap kreator. Di sisi lain, ditemukan pula komentar yang bersifat kontra, seperti "*Macam sedee*," "*Hi kameng*," dan "*Engkong pane an*," yang mengandung unsur ejekan, kritik, atau penilaian negatif terhadap konten maupun kreatornya.

Perbedaan respons tersebut menunjukkan bahwa satu konten dapat dimaknai secara berbeda oleh setiap pengguna media sosial sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan sudut pandang masing-masing. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam dinamika komentar pro dan kontra pada akun @nona_baygon melalui pendekatan teori resepsi, sehingga dapat memberikan pemahaman

yang lebih komprehensif mengenai proses pembentukan opini publik dalam ruang komunikasi digital (Hartono & Massaguni, 2025) (Aini et al., 2024).

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komentar netizen terhadap konten @nona_baygon dengan menitikberatkan pada dinamika pro dan kontra di ruang digital. Kajian ini tidak hanya berfokus pada isi komentar, tetapi juga konteks sosial dan emosional yang melatarbelakangi munculnya komentar tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang pertarungan makna yang kompleks dan terus berubah (Sufri Eka Bhakti, 2020). Setiap komentar memiliki peran dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu konten dan opini kolektif (Aini et al., 2024). Dengan demikian, analisis komentar netizen menjadi penting dalam memahami dinamika komunikasi digital yang terus berkembang di masyarakat modern (Hartono & Massaguni, 2025).

Fenomena pro dan kontra terhadap konten akun @nona_baygon menunjukkan perbedaan persepsi di kalangan pengguna media sosial. Sebagian netizen menilai kontennya kreatif, menghibur, autentik, dan sesuai trend komunikasi digital. Namun, sebagian lainnya mengkritik gaya penyampaian, penggunaan bahasa, serta candaan yang di anggap berlebihan dan berpotensi menimbulkan kontroversi. Tingginya penayangan dan komentar pada unggahan viral menunjukkan bahwa konten tersebut menarik perhatian publik sekaligus memunculkan polarisasi opini di ruang digital. Fenomena ini menarik di kaji untuk mengetahui karakteristik komentar pro dan kontra sebagai representasi dinamika komunikasi di media sosial.

Perbandingan Terdahulu

Penelitian ini sejalan dengan studi Putri dan Pratiwi (2022) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai ruang interaksi sosial sekaligus sarana komunikasi publik yang sangat aktif dan dinamis (Qadir, 2016; Sufri Eka Bhakti, 2020). Media sosial tidak hanya menjadi media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang partisipasi publik yang memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi secara langsung. Dalam konteks penelitian ini, akun @nona_baygon menunjukkan pola interaksi yang serupa, di mana komentar netizen menjadi bentuk partisipasi aktif dalam membentuk opini publik. Hal ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi bersifat dua arah dan selalu melibatkan respons dari penerima pesan (Kasmawati et al., 2024). Dengan demikian, media sosial menjadi ruang komunikasi yang terbuka dan tidak lagi bersifat satu arah seperti media konvensional (Hartono & Massaguni, 2025).

Namun demikian, penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik dibandingkan penelitian sebelumnya karena menitikberatkan pada satu akun kreator tertentu. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana pola interaksi netizen terbentuk dalam ruang komentar yang spesifik. Berbeda dengan penelitian Irsyad et al. (2023) yang menyoroti media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran, penelitian ini lebih berfokus pada dinamika opini, emosi, serta respons sosial pengguna terhadap konten hiburan digital (Safira & Yuhdi, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa fungsi media sosial tidak hanya terbatas pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup pembentukan opini publik yang sangat kompleks. Karunianingsih (2021) menjelaskan bahwa media digital memiliki kemampuan memperluas segmentasi audiens melalui berbagai bentuk konten. Oleh karena itu, penelitian ini memperkaya perspektif mengenai fungsi media sosial dalam konteks interaksi sosial (Sitompul et al., 2021).

Selain itu, penelitian ini juga memperkuat temuan bahwa popularitas konten digital sangat dipengaruhi oleh interaksi audiens di ruang media sosial. Interaksi tersebut tidak hanya berupa jumlah penonton, tetapi juga intensitas komentar, likes, dan bentuk partisipasi lainnya (Aini et al., 2024). Dalam konteks akun @nona_baygon, tingginya jumlah komentar menunjukkan bahwa audiens memiliki keterlibatan yang kuat terhadap konten yang disajikan. Hal ini menunjukkan bahwa popularitas konten tidak hanya ditentukan oleh kreator, tetapi juga oleh respons aktif dari pengguna media sosial. Perilaku pengguna media lintas platform sangat dipengaruhi oleh pola konsumsi konten digital yang bersifat fleksibel. Dengan demikian, interaksi audiens menjadi faktor utama dalam membentuk visibilitas konten (Sufri Eka Bhakti, 2020).

Secara keseluruhan, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana konten viral dapat membentuk opini publik secara langsung melalui interaksi di kolom komentar. Berbeda dengan studi sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada fungsi media sosial secara umum, penelitian ini memberikan analisis yang lebih spesifik terhadap satu akun kreator. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih detail mengenai pola komunikasi yang terbentuk antara kreator dan audiens. Sutrisno dan Mayangsari (2021) menjelaskan bahwa interaksi dalam media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan pengguna dalam konsumsi informasi (Hartono & Massaguni, 2025). Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang komunikasi yang sangat kompleks, dinamis, dan terus berkembang (Dwityas et al., 2023).

Teori Resepsi (Reception Theory)

Teori resepsi yang dikemukakan oleh **Stuart Hall (1980)** menjelaskan bahwa audiens tidak bersifat pasif dalam menerima pesan yang disampaikan media, melainkan secara aktif menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang sosial, budaya, pengalaman, dan nilai yang dimiliki. Hall membagi proses pemaknaan menjadi tiga posisi, yaitu *dominant-hegemonic reading*, ketika audiens menerima pesan sesuai dengan maksud pembuat konten; *negotiated reading*, ketika audiens menerima sebagian pesan tetapi melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman pribadi; serta *oppositional reading*, ketika audiens menolak makna yang dimaksud dan membangun interpretasi yang berbeda. Dalam konteks media sosial, teori ini menjelaskan mengapa satu konten yang sama dapat menghasilkan komentar yang beragam, mulai dari dukungan, kritik, hingga tanggapan yang bersifat netral. Perbedaan interpretasi tersebut menunjukkan bahwa komentar netizen merupakan hasil dari proses pemaknaan yang dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing individu. Oleh karena itu, teori resepsi menjadi landasan yang relevan untuk menjelaskan munculnya dinamika pro dan kontra pada kolom komentar akun **@nona_baygon**, karena setiap pengguna memiliki cara berbeda dalam memahami dan mengevaluasi konten yang disajikan.

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, berbagi, serta merespons konten secara interaktif dalam suatu ruang komunikasi yang terbuka dan dinamis. Kehadiran media sosial telah mengubah pola komunikasi dari yang bersifat satu arah menjadi interaktif dan partisipatif, di mana setiap pengguna memiliki peran sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Media sosial memiliki karakteristik utama berupa user-generated content yang memungkinkan keterlibatan aktif pengguna dalam proses produksi pesan. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga ruang sosial baru yang membentuk cara individu berinteraksi dan membangun identitas digital. Transformasi ruang publik melalui media sosial menjadikannya lebih algoritmis, cair, dan terfragmentasi. Kondisi ini menciptakan ekosistem komunikasi yang sangat cepat berubah dan penuh dengan dinamika opini publik (Qadir, 2016; Sufri Eka Bhakti, 2020).

Analisis sentiment dalam media sosial menjadi salah satu pendekatan penting dalam memahami kecenderungan opini pengguna terhadap suatu konten digital. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu komentar mengandung sentimen positif, negatif, atau netral berdasarkan struktur bahasa dan konteksnya. Analisis sentimen bertujuan untuk mengekstrak informasi subjektif berupa emosi, sikap, dan opini dari

teks yang dihasilkan pengguna. Dalam praktiknya, analisis ini banyak digunakan untuk memahami respons publik terhadap isu-isu sosial, politik, maupun hiburan di ruang digital. Selain itu, analisis sentimen juga membantu dalam memetakan pola interaksi yang terbentuk di antara pengguna media sosial. Dengan demikian, pendekatan ini menjadi alat penting dalam penelitian komunikasi digital modern yang berbasis data teks (Destriani et al., 2024; Sufri Eka Bhakti, 2020).

Dalam konteks komunikasi digital, komentar netizen sering kali mencerminkan reaksi spontan yang dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan kultural. Komentar tersebut tidak hanya berisi penilaian terhadap konten, tetapi juga mencerminkan identitas dan posisi sosial pengguna dalam ruang digital. Hal ini membuat ruang komentar menjadi sumber data yang sangat kaya dalam penelitian komunikasi modern. Fenomena selebgram menunjukkan perubahan struktur popularitas yang sangat bergantung pada interaksi audiens di media sosial. Selain itu, komentar netizen juga sering menjadi ruang ekspresi bebas yang dapat mencerminkan opini publik secara langsung tanpa melalui filter institusi media. Oleh karena itu, komentar dalam media sosial dapat dipandang sebagai representasi sosial yang kompleks dan multidimensi (Kasmawati et al., 2024; Hartono & Massaguni, 2025).

Studi mengenai bahasa dalam media sosial menunjukkan bahwa interaksi digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan komunikasi konvensional. Bahasa yang digunakan dalam komentar sering kali bersifat informal, ekspresif, dan mengandung unsur emosional yang kuat. Teori appraisal menjelaskan bahwa bahasa evaluatif digunakan untuk mengekspresikan sikap, penilaian, dan afeksi dalam suatu interaksi. Dalam konteks media sosial, hal ini terlihat dari bagaimana pengguna memberikan respons berupa pujian, kritik, maupun sarkasme terhadap suatu konten. Selain itu, teori tindak tutur juga relevan untuk memahami bagaimana makna tersirat muncul dalam komentar netizen. Dengan demikian, analisis bahasa dalam komentar digital menjadi penting untuk memahami makna sosial yang lebih dalam (Safira & Yuhdi, 2022; Sitompul et al., 2021).

Fenomena ujaran kebencian dan polarisasi opini dalam media sosial menjadi isu yang sering muncul dalam kajian komunikasi digital. Media sosial dapat menjadi ruang munculnya ekspresi ekstrem, mulai dari kritik tajam hingga ujaran kebencian yang bersifat destruktif. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi digital tidak selalu bersifat positif, tetapi juga dapat menciptakan konflik sosial dalam ruang publik virtual. Penelitian Mubarak et al. (2024) menunjukkan bahwa kolom komentar sering menjadi ruang

terjadinya discourse negatif yang dipengaruhi oleh perbedaan pandangan antar pengguna. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki potensi tinggi dalam membentuk polarisasi opini. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika komentar menjadi penting dalam kajian komunikasi modern (Aini et al., 2024; Sitompul et al., 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial banyak digunakan sebagai objek kajian dalam berbagai bidang seperti komunikasi pemasaran, identitas digital, dan aktivisme sosial. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada platform secara umum tanpa mengkaji secara mendalam akun kreator tertentu yang memiliki karakteristik unik. Putri & Pratiwi (2022) menjelaskan bahwa media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dalam berbagai isu sosial, yang menunjukkan luasnya fungsi platform digital. Selain itu, penelitian Irsyad et al. (2023) menunjukkan bahwa Instagram sering digunakan sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif. Meskipun demikian, kajian yang berfokus pada analisis komentar netizen terhadap akun kreator spesifik masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada analisis pro dan kontra komentar netizen (Qadir, 2016; Sufri Eka Bhakti, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (*content analysis*) untuk memahami secara mendalam pola komentar netizen terhadap konten akun media sosial @nona_baygon. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial sebagaimana adanya dalam konteks alamiah, tanpa manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Metode ini menekankan pada pemaknaan terhadap data tekstual yang muncul dari interaksi pengguna di ruang digital yang bersifat terbuka dan dinamis. Data dalam penelitian ini berasal dari komentar pengguna pada unggahan yang memiliki tingkat interaksi tinggi serta memicu diskusi publik yang cukup intens. Fokus utama penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi dinamika pro dan kontra sebagai representasi opini publik dalam ruang komentar media sosial. Dengan demikian, pendekatan ini dianggap relevan untuk menangkap realitas komunikasi digital yang kompleks dan terus berkembang.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap komentar publik pada beberapa unggahan akun @nona_baygon di platform media sosial. Observasi dilakukan dengan cara mencatat secara sistematis, mendokumentasikan secara rinci, serta menyeleksi komentar

yang dianggap paling representatif terhadap respons audiens. Komentar yang telah terkumpul kemudian dibaca secara berulang untuk memahami konteks makna yang terkandung di dalamnya. Setelah itu, data diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu komentar positif (pro), komentar negatif (kontra), dan komentar netral berdasarkan isi, konteks percakapan, serta nada ekspresi yang digunakan. Proses klasifikasi dilakukan secara manual dengan mempertimbangkan pilihan kata, struktur kalimat, serta kecenderungan emosional yang muncul dalam setiap komentar. Pendekatan ini digunakan agar hasil pengelompokan data lebih sesuai dengan realitas sosial yang terjadi di ruang digital.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis, yaitu reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi untuk menemukan pola dominasi opini yang muncul dalam komentar netizen. Pada tahap reduksi data, seluruh komentar yang tidak relevan dengan fokus penelitian disaring dan dipisahkan agar data yang dianalisis lebih terarah dan konsisten. Selanjutnya, data yang telah tersisa dikelompokkan berdasarkan kategori sentimen untuk melihat kecenderungan opini pro, kontra, dan netral secara lebih terstruktur. Proses ini juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola interaksi yang dominan di antara pengguna media sosial.

Tahap interpretasi dilakukan untuk memahami makna yang terkandung di balik komentar serta mengungkap pola komunikasi yang terbentuk dalam interaksi digital. Pada tahap ini, setiap kategori dianalisis lebih dalam untuk melihat bagaimana opini publik dibangun, dinegosiasikan, dan dipengaruhi oleh respons pengguna lain. Hasil interpretasi kemudian digunakan untuk menggambarkan dinamika komunikasi digital yang bersifat terbuka, cepat berubah, dan saling memengaruhi antar pengguna. Dengan demikian, analisis ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana opini publik terbentuk dan berkembang dalam ruang media sosial modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konten yang diunggah oleh akun TikTok @nona_baygon menunjukkan karakteristik hiburan digital yang sangat kuat dengan variasi tema yang cukup luas dan dinamis. Setiap unggahan tidak hanya berfokus pada satu bentuk ekspresi, tetapi mencakup humor, storytelling ringan, bernyanyi hingga respons terhadap komentar netizen yang bersifat interaktif. Variasi ini membuat konten memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan pengguna TikTok yang cenderung menyukai konten spontan dan autentik (Qadir, 2016). Beberapa konten seperti “Bismillah Semoga Ada yang

Borong Ya Allah” dan “Drama Muji dan Nona Baygon” menunjukkan tingkat interaksi yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dari jumlah penayangan yang mencapai ratusan ribu serta komentar yang mencapai ribuan dalam satu unggahan (Destriani, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa konten memiliki daya viral yang kuat dalam ekosistem media sosial.

Selain itu, karakter konten yang ditampilkan bersifat ekspresif dan cenderung mengikuti tren komunikasi digital yang sedang berkembang di platform TikTok. Penggunaan bahasa yang sederhana, spontan, dan kadang bersifat humoris membuat audiens lebih mudah terhubung secara emosional dengan konten tersebut (Dwityas et al., 2023). Hal ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara kreator dan audiens karena tidak ada batas formal dalam penyampaian pesan. Dalam konteks ini, konten tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi dua arah antara kreator dan pengguna (Qadir, 2016). Media sosial telah mengubah ruang publik menjadi lebih partisipatif dan algoritmis, sehingga interaksi terjadi secara lebih cair dan terbuka.

Daya tarik utama konten @nona_baygon juga terletak pada kemampuannya dalam memicu reaksi emosional dari audiens. Setiap unggahan memiliki potensi untuk menciptakan respons yang berbeda-beda tergantung pada persepsi masing-masing pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga aktor aktif dalam membentuk makna konten (Krisnawati, 2024). Interaksi yang terjadi di kolom komentar sering kali berkembang menjadi percakapan yang lebih luas dan dinamis. Pola ini memperlihatkan bahwa media sosial bekerja sebagai ruang sosial yang terus bergerak dan tidak statis. Dengan demikian, konten menjadi pemicu terbentuknya diskursus publik di ruang digital.

Fenomena viral yang terjadi pada beberapa konten menunjukkan bahwa algoritma media sosial juga memiliki peran penting dalam penyebaran konten tersebut. Konten yang mendapatkan banyak interaksi cenderung lebih sering direkomendasikan kepada pengguna lain (Qadir, 2016). Hal ini menyebabkan efek domino dalam peningkatan jumlah penonton dan komentar secara signifikan. Dalam konteks ini, popularitas konten tidak hanya bergantung pada isi, tetapi juga pada sistem distribusi platform. Interaksi yang tinggi menjadi indikator utama dalam menentukan visibilitas konten di ruang digital. Oleh karena itu, konten viral seperti pada akun ini tidak dapat dilepaskan dari peran teknologi platform.

Selain itu, konten yang bersifat ringan dan menghibur juga berperan dalam menciptakan ruang pelarian bagi pengguna media sosial. Audiens sering kali mencari hiburan sebagai bentuk relaksasi dari aktivitas sehari-hari (Dwityas et al., 2023). Konten seperti yang diunggah oleh akun ini

memberikan ruang tersebut melalui humor dan ekspresi spontan. Hal ini membuat konten memiliki nilai hiburan yang tinggi dalam konsumsi digital harian. Jaringan komunikasi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi dan mengonsumsi informasi (Qadir, 2016). Dengan demikian, konten tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari kebutuhan sosial digital.

Karakteristik konten yang fleksibel juga memungkinkan terjadinya adaptasi terhadap tren yang sedang berkembang di media sosial. Kreator dapat dengan cepat menyesuaikan gaya konten sesuai dengan respons audiens. Hal ini membuat konten selalu relevan dan tidak mudah kehilangan perhatian publik (Destriani et al., 2024). Adaptasi ini menunjukkan bahwa kreator memiliki pemahaman yang baik terhadap dinamika platform digital. Dalam konteks ini, fleksibilitas menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan eksistensi akun di media sosial. Dengan demikian, konten @nona_baygon dapat dipahami sebagai produk budaya digital yang terus berkembang.

Kategori Komentar Netizen (Pro, Kontra dan Netral)

Tabel 1. Contoh Komentar pro dan Kontra pada Akun TikTok @nona_baygon

No	pro	Kontra
1	 Teuku Saimi yang penting droekeh beusenang manteng dek nona.. kamo peunonton ikot manteng 🤔 2025-08-03 Balas 2	 tiya untek wate hn le peng ka yak ba ikayat sedih 🥺 2024-11-17 Balas 6 Lihat 4 balasan
2	 Tiya Maulina Masyaallah cantik sekali kak nona 🥰 Bahagia selalu kak nona 🥰 2025-08-02 Balas 3 Lihat 2 balasan	 RINDU macam sedee 05-02 Balas 1
3	 mamanya amara ripa azzam meungon ngon loen mantong dek nona 🤔 3 h Balas 2	 Syakira Maula hi kameng 04-27 Balas 14 Lihat 4 balasan
4	 bismillah selama kamu bahagia,,, lanjutkan dek nona 🤔 05-29 Balas 1	 Rindu eungkong pane nyan 05-29 Balas 3
5	 sayang ku. kenapa orang suka kali berkomen jelek-jelek kali tentang kakak kalau nggak suka nggak usah dilihat ngapain komen kayak gitu . 🤔 05-29 Balas 5	 ciptaden_0202 makajih beuk brok akay jeut ke ureungggggg 4 h Balas 1



Sumber: Akun tiktok @nona_baygon

Kategori Komentar Netizen (Pro, Kontra, Netral)

Hasil analisis terhadap komentar netizen menunjukkan bahwa terdapat dua kategori utama yang dapat diidentifikasi secara jelas, yaitu komentar pro, kontra, dan netral. Komentar pro umumnya berisi dukungan terhadap kreativitas konten, gaya penyampaian yang unik, serta hiburan yang dianggap menarik oleh audiens. Sementara itu, komentar kontra muncul dalam bentuk kritik terhadap penggunaan bahasa, gaya ekspresi, atau isi konten yang dianggap terlalu berlebihan oleh sebagian pengguna. Komentar netral biasanya berupa respons singkat tanpa ekspresi emosional yang kuat atau hanya berupa tanggapan informatif. Pembagian kategori ini menunjukkan bahwa ruang komentar memiliki struktur opini yang cukup beragam dan dinamis dalam membentuk interaksi digital (Sufri Eka Bhakti, 2020). Dengan demikian, interaksi di media sosial tidak bersifat tunggal, melainkan plural dan terbuka terhadap berbagai interpretasi pengguna (Hartono & Massaguni, 2025).

Komentar pro sering kali didominasi oleh ekspresi positif seperti dukungan, apresiasi, dan pujian terhadap kreator. Netizen dalam kategori ini cenderung menikmati konten sebagai bentuk hiburan yang ringan dan menghibur serta merasa terhubung secara emosional dengan kreator (Aini et al., 2024). Mereka melihat konten sebagai sesuatu yang kreatif dan berbeda dari konten lain yang ada di platform. Selain itu, komentar pro juga sering memperkuat popularitas kreator dengan memberikan dorongan sosial secara tidak langsung melalui interaksi positif di ruang digital (Safira & Yuhdi, 2022). Hal ini menunjukkan adanya hubungan emosional antara kreator dan audiens dalam ekosistem media sosial yang bersifat partisipatif (Sufri Eka Bhakti, 2020).

Sebaliknya, komentar kontra menunjukkan adanya perbedaan persepsi dan nilai yang dimiliki oleh sebagian audiens. Kritik yang muncul sering kali berkaitan dengan gaya komunikasi yang dianggap tidak sesuai atau terlalu berlebihan dalam konteks sosial tertentu (Sitompul et al., 2021). Dalam beberapa kasus, komentar kontra juga mengandung unsur sarkasme atau penolakan terhadap isi konten. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang terbuka bagi ekspresi perbedaan pendapat yang sangat dinamis (Hartono & Massaguni, 2025). Meskipun demikian, keberadaan

komentar kontra tetap menjadi bagian penting dalam dinamika diskusi publik yang mencerminkan keragaman perspektif pengguna (Kasmawati et al., 2024).

Komentar netral berada di posisi tengah yang tidak menunjukkan dukungan maupun penolakan secara jelas. Komentar ini biasanya berupa reaksi sederhana seperti emoji, pertanyaan, atau pernyataan deskriptif tanpa penilaian emosional yang kuat (Aini et al., 2024). Keberadaan komentar netral menunjukkan bahwa tidak semua pengguna media sosial terlibat dalam perdebatan opini yang intens. Sebagian pengguna hanya berperan sebagai pengamat pasif dalam ruang digital tanpa memberikan penilaian eksplisit (Sufri Eka Bhakti, 2020). Hal ini memperlihatkan bahwa tingkat keterlibatan audiens dalam media sosial sangat bervariasi sesuai dengan motivasi dan preferensi masing-masing individu (Safira & Yuhdi, 2022).

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa ruang komentar pada konten @nona_baygon mencerminkan adanya dinamika sosial yang kompleks. Interaksi yang terjadi tidak hanya sekadar respons terhadap konten, tetapi juga mencerminkan identitas, nilai, dan emosi pengguna dalam ruang digital (Hartono & Massaguni, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang sosial yang sangat terbuka, partisipatif, dan demokratis dalam pembentukan opini publik (Sufri Eka Bhakti, 2020). Media sosial memungkinkan terbentuknya konstruksi identitas melalui interaksi digital yang terus berkembang secara dinamis (Aini et al., 2024). Oleh karena itu, komentar netizen dapat dipahami sebagai representasi sosial yang memiliki makna lebih dalam dari sekadar teks (Kasmawati et al., 2024).

Fenomena pro dan kontra dalam komentar juga menunjukkan bahwa setiap konten memiliki potensi untuk menimbulkan interpretasi yang berbeda. Perbedaan ini muncul karena latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pengguna yang beragam (Sitompul et al., 2021). Dengan demikian, tidak ada satu makna tunggal dalam konsumsi konten digital. Setiap individu memiliki cara sendiri dalam menafsirkan pesan yang diterima berdasarkan konteks masing-masing (Hartono & Massaguni, 2025). Hal ini memperkuat konsep bahwa media sosial adalah ruang interpretasi terbuka yang sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial (Kasmawati et al., 2024).

Terakhir, pembagian kategori komentar ini membantu peneliti dalam memahami pola interaksi yang terjadi secara lebih sistematis dan terstruktur. Dengan klasifikasi ini, analisis terhadap opini publik menjadi lebih jelas

dalam melihat kecenderungan dominasi sentimen dalam suatu konten (Sufri Eka Bhakti, 2020). Selain itu, kategori ini juga membantu dalam membaca dinamika hubungan antara kreator dan audiens di ruang digital (Aini et al., 2024). Ruang publik digital merupakan ruang komunikasi yang terus berkembang dan dipengaruhi oleh partisipasi aktif pengguna (Safira & Yuhdi, 2022). Oleh karena itu, analisis kategori komentar menjadi bagian penting dalam penelitian komunikasi digital modern untuk memahami struktur opini yang terbentuk di media sosial (Hartono & Massaguni, 2025).

Pola Sentimen Emosional dalam Komentar Netizen

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar komentar netizen pada konten @nona_baygon didominasi oleh ekspresi emosional yang bersifat spontan dan tidak terstruktur secara rasional. Fenomena ini terlihat jelas pada konten-konten yang memiliki tingkat viral tinggi seperti “Hayak Dance” dan “Drama Muji dan Nona Baygon” yang memicu ribuan interaksi dari pengguna. Komentar yang muncul sering kali berupa ekspresi humor, sindiran, dukungan emosional, hingga reaksi sarkastik yang menunjukkan keterlibatan psikologis audiens terhadap konten (Aini et al., 2024; Sufri Eka Bhakti, 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang konsumsi informasi, tetapi juga ruang ekspresi emosi kolektif yang sangat dinamis. Komunikasi pada dasarnya tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengandung unsur emosional yang memengaruhi interpretasi penerima. Dengan demikian, komentar netizen dapat dipahami sebagai refleksi emosi sosial yang terbentuk dalam ruang digital (Hartono & Massaguni, 2025).

Selain itu, dominasi komentar emosional menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung merespons konten secara instan tanpa melalui proses analisis yang mendalam. Hal ini diperkuat oleh sifat platform digital yang mendorong interaksi cepat dan real-time. Netizen lebih sering mengekspresikan perasaan dibandingkan memberikan argumen yang bersifat logis dan sistematis. Dalam konteks ini, komentar menjadi wadah pelampiasan emosi yang terbentuk dari pengalaman pribadi maupun pengaruh lingkungan sosial digital (Kasmawati et al., 2024). Psikologi komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk cara individu merespons pesan di media sosial. Oleh karena itu, aspek emosional menjadi faktor dominan dalam interaksi digital modern (Safira & Yuhdi, 2022).

Fenomena ini juga memperlihatkan bahwa media sosial menciptakan ruang publik yang sangat terbuka bagi ekspresi emosi tanpa batas. Pengguna dapat dengan bebas menyampaikan perasaan mereka tanpa hambatan

formal sebagaimana dalam komunikasi konvensional. Kondisi ini menyebabkan munculnya variasi ekspresi yang sangat beragam dalam kolom komentar. Beberapa komentar bahkan menunjukkan reaksi yang sangat kuat terhadap konten tertentu, baik dalam bentuk dukungan maupun penolakan. Hal ini memperlihatkan bahwa konten digital memiliki kemampuan untuk memicu respons psikologis yang signifikan (Sitompul et al., 2021). Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai medium ekspresi emosi yang sangat kuat dalam kehidupan masyarakat modern (Sufri Eka Bhakti, 2020).

Bahasa evaluatif dalam komunikasi mencerminkan sikap, penilaian, dan emosi yang melekat pada individu. Dalam konteks komentar netizen, teori ini terlihat jelas melalui penggunaan kata-kata yang bersifat emosional, ekspresif, dan subjektif. Netizen sering menggunakan bahasa informal untuk mengekspresikan perasaan mereka terhadap suatu konten. Hal ini menunjukkan bahwa struktur bahasa dalam media sosial sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis pengguna (Aini et al., 2024). Dengan demikian, komentar netizen dapat dianalisis sebagai bentuk ekspresi emosional yang terstruktur dalam bahasa digital. Fenomena ini memperkuat posisi media sosial sebagai ruang ekspresi emosi kolektif (Hartono & Massaguni, 2025).

Selain itu, penyebaran emosi dalam komentar juga terjadi secara cepat karena sifat jaringan media sosial yang saling terhubung. Satu komentar emosional dapat memicu komentar lain dengan pola yang serupa, menciptakan efek domino dalam kolom diskusi. Hal ini menunjukkan bahwa emosi dalam media sosial bersifat menular dan dapat membentuk pola interaksi kolektif. Dalam beberapa kasus, diskusi dapat berubah menjadi sangat emosional hanya karena satu komentar yang memicu reaksi berantai. Lubis dan Nasution (2023) menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk arus informasi dan respons publik secara cepat. Oleh karena itu, pola emosional dalam komentar menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan dalam kajian komunikasi digital (Sufri Eka Bhakti, 2020).

Secara keseluruhan, pola sentimen emosional dalam komentar netizen menunjukkan bahwa interaksi digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Komentar menjadi media ekspresi yang mencerminkan kondisi emosi individu dalam merespons konten yang mereka konsumsi. Dengan demikian, analisis sentimen emosional memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai

perilaku audiens digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang sosial yang sangat kompleks dan penuh dinamika. Oleh karena itu, pemahaman terhadap aspek emosional menjadi penting dalam menganalisis komunikasi di era digital (Destriani et al., 2024; Dwityas et al., 2023).

Polarisasi Opini: Pro vs Kontra

Polarisasi ini menunjukkan bahwa satu konten dapat dimaknai secara berbeda oleh audiens yang memiliki latar belakang sosial dan budaya yang beragam. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi ruang interpretasi terbuka yang tidak memiliki batas makna tunggal. Komunikasi selalu melibatkan perbedaan persepsi antara pengirim dan penerima pesan (Safira & Yuhdi, 2022).

Polarisasi opini ini juga terlihat dari dinamika percakapan yang terjadi di kolom komentar, di mana sering muncul debat singkat antara pendukung dan pengkritik konten. Interaksi tersebut tidak jarang berkembang menjadi diskusi yang lebih luas dan emosional, terutama pada konten yang bersifat viral (Kasmawati et al., 2024). Netizen saling memberikan argumen, tanggapan balik, bahkan sindiran yang memperkuat perbedaan pendapat. Hal ini menunjukkan bahwa ruang komentar tidak hanya menjadi tempat memberikan penilaian, tetapi juga arena interaksi sosial yang aktif. Dwityas et al., (2023) menjelaskan bahwa media sosial dapat menjadi ruang aktivisme dan perdebatan wacana yang sangat dinamis. Dengan demikian, polarisasi opini merupakan bagian alami dari interaksi digital (Livingstone et al., 2022).

Kelompok pro dalam komentar cenderung melihat konten sebagai bentuk kreativitas digital yang menghibur dan relevan dengan tren media sosial. Mereka menilai bahwa konten tersebut memiliki nilai hiburan yang tinggi dan mampu menciptakan suasana positif bagi audiens (Hartono & Massaguni, 2025). Selain itu, kelompok ini juga sering memberikan dukungan moral kepada kreator sebagai bentuk apresiasi terhadap karya yang dihasilkan. Dukungan ini memperkuat eksistensi kreator di ruang digital dan meningkatkan visibilitas konten. Sutrisno dan Mayangsari (2021) menjelaskan bahwa interaksi positif dalam media sosial dapat meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Oleh karena itu, kelompok pro berperan penting dalam membangun popularitas konten (Mahatmaharti et al., 2020).

Sebaliknya, kelompok kontra memberikan kritik terhadap konten dengan berbagai alasan, mulai dari gaya bahasa hingga interpretasi nilai

yang dianggap kurang sesuai. Kritik tersebut sering kali disampaikan secara langsung dan terbuka dalam kolom komentar. Dalam beberapa kasus, komentar kontra juga mengandung unsur sarkasme yang memperkuat perbedaan opini. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan ruang bebas bagi ekspresi kritik tanpa batas formal. Namun, kebebasan ini juga dapat memicu konflik opini jika tidak disertai dengan etika komunikasi yang baik. Media sosial sering menjadi ruang munculnya ekspresi ekstrem dalam bentuk kritik maupun ujaran kebencian (Kowalski et al., 2020).

Polarisasi antara pro dan kontra menunjukkan bahwa audiens media sosial tidak bersifat homogen, melainkan sangat beragam dalam cara mereka memaknai konten. Perbedaan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman individu menjadi faktor utama dalam pembentukan opini tersebut. Hal ini menyebabkan tidak adanya kesepakatan tunggal terhadap suatu konten digital. Setiap kelompok membentuk narasi sendiri berdasarkan perspektif masing-masing. Pengguna media digital memiliki cara konsumsi yang berbeda-beda dalam memahami informasi lintas platform. Dengan demikian, polarisasi opini merupakan hasil alami dari keberagaman audiens digital (Maftai & Măirean, 2023).

Secara keseluruhan, fenomena polarisasi opini pada konten @nona_baygon menunjukkan bahwa media sosial merupakan ruang publik yang sangat terbuka dan demokratis. Namun, keterbukaan ini juga membawa konsekuensi berupa potensi konflik dan perbedaan pendapat yang tajam. Meskipun demikian, dinamika ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang dialog sosial yang aktif. Setiap komentar berperan dalam membentuk wacana publik yang lebih luas. Dengan demikian, polarisasi opini dapat dipahami sebagai bagian penting dari ekosistem komunikasi digital modern (Dwityas et al., 2023).

KESIMPULAN

Kesimpulannya, Penelitian ini menunjukkan bahwa komentar netizen pada konten akun TikTok @nona_baygon didominasi oleh respons yang bersifat emosional dan terbagi dalam kategori pro, kontra, serta netral. Interaksi tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga ruang publik digital yang membentuk opini dan persepsi audiens secara langsung. Konten yang viral mampu memicu polarisasi opini, di mana sebagian pengguna memberikan dukungan terhadap kreativitas konten, sementara sebagian lainnya memberikan kritik berdasarkan sudut pandang masing-masing. Hal ini menegaskan bahwa

dinamika komentar mencerminkan keberagaman cara pandang dalam menafsirkan pesan digital.

Selain itu, media sosial terbukti menjadi ruang komunikasi yang terbuka dan partisipatif, di mana pengguna dapat secara bebas memberikan respons terhadap suatu konten. Untuk penelitian selanjutnya, kajian dapat dikembangkan dengan pendekatan yang lebih luas seperti analisis kuantitatif atau big data untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam dan terukur. Penelitian juga dapat diperluas dengan membandingkan beberapa akun kreator agar dapat melihat perbedaan pola interaksi antar komunitas digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, D., Puspita, Y., & Rukiyah, S. (2024). Tingkat Kesantunan Berbahasa Mahasiswa Universitas PGRI Palembang di Lingkungan Kampus. *Bahtera: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 23(2), 248–262. <https://doi.org/10.21009/bahtera.232.10>
- Destriani, T. S., Murwani, A. E. S., & Indria, I. (2024). Netnography Study On Covid-19 Vaccination On Dedy Corbuzier's Youtube Podcast. *Multidisciplinary Journals*, 1(1), 53–58. <https://doi.org/10.37676/mj.v1i1.346>
- Dwityas, N. A., Marta, R. F., & Briandana, R. (2023). Media Sosial dan Aktivisme Digital Perempuan: Analisis Wacana #Ibutunggalmelawan di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 109–132. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art1>
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media pada Podcast Radar Jogja Digital dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 61. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). *Aktivisme digital dan kepedulian lingkungan*. 8(2), 231.
- Qadir, M. R. A. (2016). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 1–23.
- Sufri Eka Bhakti. (2020). Ruang publik dan media sosial: partisipasi politik mahasiswa indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 4(1), 2–3.
- A. S. P. Langi, M. Natsir, & S. Anam. (2022). Analisis pemanfaatan platform media sosial dalam perdagangan pakaian jadi di pertigaan kampus universitas. *Value Added Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 22. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i1.9629>
- Abdul, Q., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah, dan jenis-jenisnya). *Jurnal Agama, Sosial Budaya*, 3(6). Universitas Islam Negeri Banjarmasin.
- Aini, D., Puspita, Y., & Rukiyah, S. (2024). Tingkat kesantunan berbahasa mahasiswa Universitas PGRI Palembang di lingkungan kampus. *BAHTERA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 248–263.
- Aisyah, N. (2021). *Representasi kekerasan simbolik dalam perselingkuhan* [Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu]. Bengkulu: Universitas Dehasen.
- Bhakti, S. E. (2020). Ruang publik dan media sosial: Partisipasi politik mahasiswa Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 4(1), 1–10.

- C. Purwanti. (2020). Eksistensi bahasa dalam komunikasi interpersonal: Sebuah pendekatan interdisipliner. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 266–281.
- Destriani, T. (2022). *Studi netnografi mengenai vaksin Covid-19 pada podcast Deddy Corbuzier* [Skripsi, Universitas Dehasen Bengkulu]. Bengkulu: Universitas Dehasen.
- Dwityas, N. A., Martam, M. R., & Briandana, R. (2024). Media sosial dan aktivisme digital perempuan: Analisis wacana #Ibutunggalmelawan di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 109–132. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/24813/16581>
- Fernando, H., Larasati, Y. G., & Qudsy, S. Z. (2023). The viral of hadist: Dimensi dan makna meme #Hadis dalam media sosial Instagram. *Satya Widya Jurnal Studi Agama*, 6(1), 74–90. <https://doi.org/10.33363/swjsa.v6i1.961>
- Hartono, B., & Massaguni, M. (2025). Kesantunan berbahasa warganet dalam komentar akun Instagram @PSSI: Tinjauan pragmatik. *Jurnal Humaniora*, 1, 1–17.
- Hestiyana. (2019). Ujaran kebencian terhadap Presiden Jokowi sebagai capres petahana di media sosial: Kajian linguistik forensik. *Balai Bahasa Kalimantan Selatan*, 696–707.
- Indah, D. R. M. (2021). *Implementasi prinsip kesantunan berbahasa pada kegiatan diskusi pembelajaran bahasa Indonesia pada siswa SMP Negeri 1 kelas VIII Kikim Tengah Kabupaten Lahat* [Skripsi, IAIN Bengkulu].
- Irsyad, N., Nuryasin, L., & Setyawan, S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran (studi kasus pada akun @Limeliterentalkamera & @Sololensa). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(4), 816–831.
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi media pada podcast Radar Jogja digital dalam publikasi berita dan perluasan segmentasi audiens. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 61–80.
- Kertamukti, R., et al. (n.d.). Kontruksi identitas melalui stories highlight Instagram kalangan kelas menengah.
- Kowalski, R. M., Dillon, E., Macbeth, J., Franchi, M., & Bush, M. (2020). Racial differences in cyberbullying from the perspective of victims and perpetrators. *American Journal of Orthopsychiatry*, 90(5), 644. <https://doi.org/10.1037/ort0000492>
- Lubis, S. N., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai informasi akun @MedanTalk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 32–41.

- Maftai, A., & Măirean, C. (2023). Not so funny after all! Lelucon, parents, peers, and their link with cyberbullying experiences. *Computers in Human Behavior*, 138, 107448. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107448>
- Mahatmaharti, R. A. K., Brata, D. N. P., Firdaus, W., Wati, N., & Ummah, Y. C. (2020). The role of teachers communication through the pattern of early childhood. *Humanities and Social Sciences*, 8(1), 595–601.
- Moekahar, F., & Amalia, A. (2021). The identity construction of young gay on Instagram. *The Messenger*, 13(2), 133–146. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v13i2.1003>
- Nona_baygon (wajah_meuhai_). (2023–2025). Video konten TikTok. https://www.tiktok.com/@wajah_meuhai
- Nurfadillah, N. (2024). *Analisis respon netizen terhadap tayangan selebriti melepas cadar di depan media dalam channel YouTube Dr. Richard Lee [Skripsi, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan]*.
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i2.3303>
- Qamaria, R. S., Zahro, F., Na, U., Agnia, I. N., & Ashlihi, A. (2022). Edukasi stop KDRT melalui pemanfaatan media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 113–121.
- Riyanto, A. D. (2024). Hootsuite (We Are Social): Data digital Indonesia 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Suh, S. (2020). Non-boundaries of style represented in fashion Instagram: A social media platform as a digital space-time. *Springer*.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Commo*, 5(2), 118–133.
- Tiani, R. (2017). Judgement sebagai sistem appraisal dalam iklan kecantikan visual media cetak. *Nusa*, 12(4), 256–264.
- Thiodanu, B., & Sari, W. P. (2020). Fenomena curhat online pada @Cerminlelaki di Instagram. *Koneksi*, 3(2), 435.
- Y. Mubarak, dkk. (2024). Hate speech in the comments' column: A discourse analysis. *Journal Linguistics*, 12(1), 439–450.