

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Opini Publik

2.1.1 Pengertian Opini Publik

Opini Publik adalah pandangan atau sikap dari berbagai masyarakat terkait isu-isu tertentu yang muncul dalam konteks sosial, politik, maupun budaya. Opini publik bertujuan sebagai proses dalam menentukan keputusan politik dalam mempengaruhi kebijakan publik terhadap tindakan pemerintah (Choerul Maula et al., 2021). Opini publik merupakan pandangan dan ide pribadi yang dikomunikasikan di depan publik, melalui media tertentu. Opini juga merupakan pembahasan yang serius terkait masalah yang terjadi, dimana disampaikan oleh pandangan masing-masing individu (Masitah & Dewi, 2022). Konsep ini memiliki relevansi dengan penelitian, karena konsep ini mengkaji bagaimana reaksi dan pandangan pengguna internet terhadap Gibran pasca viralnya kasus Fufufafa, dalam konteks ini opini publik merupakan kumpulan sudut pandang yang muncul dan berkembang di ranah digital, terutama di dalam kolom komentar YouTube.

Opini publik dalam teori ini didefinisikan menjadi dua, sebagai rasionalitas dan sebagai kontrol sosial. Sebagai rasionalitas, opini publik merujuk pada pendapat kolektif mayoritas masyarakat tentang suatu isu, yang didasarkan pada pengetahuan mereka terkait isu tersebut. Sementara, sebagai kontrol sosial, opini publik sebagai mekanisme untuk menghindari dari isolasi sosial, dimana individu membentuk atau menyesuaikan pendapat mereka agar sesuai dengan norma kelompok mayoritas (Fazatin, 2021)

Opini publik juga merujuk pada sebuah pendapat, pandangan dan sikap suatu kelompok secara kolektif dalam menanggapi segala isu dan peristiwa tertentu. Mencakup persepsi, evaluasi bahkan keyakinan yang

dimiliki oleh setiap individu terkait suatu komunitas bahkan kebijakan pemerintah, peristiwa politik bahkan masalah sosial yang terjadi di lingkup kehidupan masyarakat (Nuraliza et al., 2024). Opini publik sendiri juga memiliki hubungan erat dengan media massa, pembentukan opini publik dipengaruhi oleh media massa yang menjadi unsur penting dalam kegiatan komunikasi. Terjadinya pembentukan opini publik ini karena adanya pemberitaan di media massa terkait isu-isu kewarganegaraan, ini akan membentuk opini publik yang rasional dan kritis terhadap isu-isu kompleks dan sensitif (Avifah Dwi Apriliani et al., 2022).

Opini muncul karena adanya pandangan berbeda yang muncul pada masyarakat terkait suatu isu. Dengan adanya kemunculan media massa baik secara tradisional maupun digital, proses dalam distribusi informasi inilah membentuk adanya opini publik (Wahyuni, 2025). Peran media sosial tidak luput dalam faktor terbentuknya opini publik, terutama pada platform digital. Kemajuan teknologi yang pesat membuat pertukaran informasi secara cepat dan luas, serta dapat mempengaruhi opini publik dalam masyarakat (Sampurna et al., 2025)

2.1.2 Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Opini Publik

Media sosial adalah aplikasi media secara online yang membuat pengguna dengan mudah melakukan aktivitas online secara virtual berbasis internet. Media sosial ada berbagai macam namun fitur yang dimiliki relative sama, terutama dalam berbagi pesan, audio, video maupun konten dalam format tulisan (Abdillah, 2022). Seiring adanya perkembangan era global, komunikasi pun mengalami kemajuan, masyarakat yang dapat mengakses internet dengan mudah berinteraksi di media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan aplikasi media sosial lainnya. Aplikasi ini bukan hanya sebagai media komunikasi namun juga bisa digunakan dalam melakukan kreativitas untuk berpartisipasi dalam bentuk interaksi secara virtual (Fitriani, 2021).

Media sosial memiliki banyak bentuk di era digital sekarang ini, seperti majalah, forum, weblog, blog, podcast, bahkan foto dan gambar. Biasanya pengguna akan berbagi informasi secara umum maupun pribadi untuk mendapatkan interaksi dari pengguna lainnya (Cahyono, n.d.) Karena perkembangan media sosial yang begitu masif di Indonesia, ini memaksa para pengguna untuk beradaptasi dan berkembang, media sosial bukan hanya sekedar untuk komunikasi pribadi namun kini bisa digunakan sebagai sarana komunikasi massa. (T. Gunawan, 2024). Media sosial membuat pengguna bisa memanfaatkan dalam kebutuhan komunikasi, mendapatkan inspirasi dan bersosialisasi ke semua pengguna tanpa ada hambatan komunikasi. Media sosial merupakan jejaring internet membuat pengguna bisa menggantikan diri mereka sendiri secara dunia virtual berinteraksi, berbagi, serta berkomunikasi kepada pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial (Yusuf et al., 2023).

Peran media sosial dalam pembentukan opini publik sendiri tidak dapat dipisahkan dari platform yang memfasilitasi penyebaran isu yang viral, keterlibatan emosional, serta penyusunan narasi yang dapat disesuaikan dengan kelompok audiens. Melalui algoritma yang selektif dan persona, media sosial turut memberikan ruang yang dapat meyakinkan publik dalam perspektif tertentu (Sampurna et al., 2025). Tak dipungkiri dengan adanya media sosial membuat pengguna dapat memberikan gagasan-gagasan dan opini secara bebas. Serta ada kebebasan dalam menyampaikan apapun termasuk mengomentari suatu postingan orang lain (Angga et al., 2023).

Perkembangan masyarakat ini di era informasi digital yang destruktif membuat adanya penyebaran berita bohong, *hoax*, atau informasi palsu yang cepat meluas. Fenomena ini menjadi tantangan besar bagi masyarakat, pemerintah, dan negara. Tantangan di ruang digital yang dipenuhi berita tidak benar, ini semakin sulit diatasi terutama dalam masyarakat kompleks (Tukina, 2025). Media sosial sendiri sebagai wadah

baru dalam pembentukan opini publik. Salah satu contoh merupakan platform youtube. Youtube sendiri memberikan berupa berbagai jenis video digital dimana memungkinkan pengguna bisa melihat, mengunggah dan membagikan video. Layanan Youtube juga memberikan fitur seperti konten, memberikan rating suka atau tidak suka, komentar serta dapat melihat berapa kali video tersebut sudah ditonton(Hardi et al., 2021). Komentar-komentar pada kanal Youtube dapat juga mempresentasikan resistansi terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap kurang berpihak kepada rakyat kecil. Ini menunjukkan bahwa Youtube tidak hanya sekedar hiburan, namun juga bisa sebagai arena penting dalam studi komunikasi kebijakan dan dinamika partisipasi warga (Koswara, 2025).

2.2 Partisipasi Digital

2.2.1 Pengertian Partisipasi Digital

Partisipasi digital sendiri merupakan salah satu aktivitas masyarakat dalam keterlibatan demokrasi lokal, melalui platform media sosial (Umayasari & Kurnia Amantha, 2025). Dengan demikian, partisipasi ini tidak terpisah dari partisipasi publik dalam ranah digital, partisipasi publik merupakan proses kebijakan publik yang merupakan aspek penting dalam demokrasi, masyarakat disini dituntut terlibat secara aktif dalam pengambilan keputusan yang bisa berdampak pada kehidupan bersama. Partisipasi publik inilah yang akan menghasilkan berupa kebijakan publik yang digunakan dalam kepentingan bersama dalam kebijakan pemerintah yang sesuai dengan masyarakat (Manganti, 2023). Partisipasi publik juga dipengaruhi oleh kemajuan digital, terutama pada media online. Penggunaan internet yang semakin luas tidak hanya meningkatkan partisipasi masyarakat, namun juga memberikan potensi pengaruh media terhadap opini publik dalam proses politik. Potensi Masyarakat bisa berpartisipasi lebih juga dipengaruhi oleh media online, yang mampu

menjangkau publik secara luas, dan menyebarkan informasi tanpa adanya batasan (Arpandi, 2023).

Partisipasi dalam penelitian ini merupakan bentuk langsung dari netizen yang memberikan komentar pada video KOMPAS TV mengenai Gibran pasca viralnya kasus Fufufafa. Ruang komentar pada Youtube tersebutlah menjadi aktivitas netizen dalam berpartisipasi mengungkapkan pendapat, kritik, dukungan, maupun ekspresi lainnya. Dan respon itulah mencerminkan aktivitas partisipasi demokratis dalam ranah digital, karena netizen juga membentuk komunikasi publik mengenai isu yang berlangsung.

Partisipasi publik ini berkaitan erat dengan demokrasi, Indonesia merupakan negara demokrasi terbesar di dunia setelah india peringkat pertama dan amerika serikat peringkat kedua. Karena inilah partisipasi publik sangat penting, terutama pada praktik pemilihan umum, yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat aktif. Secara tidak langsung partisipasi publik ini dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah dalam pembangunan negara kedepannya (Iswanto & Pamungkas, 2023). Partisipasi publik juga dapat membantu pemerintah dalam pengambilan keputusan negara, efektifitas ini dilihat dari pengambilan dalam keputusan dan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat yang menjadi lebih mudah. Publik dapat memberikan partisipasi dalam bentuk pendapat, kritik, dan juga pengambilan keputusan dalam platform media sosial, dan forum diskusi (Harahap & Harahap, 2023). Urgensi partisipasi publik salah satu bentuk pelaksanaan pemerintah di era reformasi, masyarakat mempunyai hak dalam memberikan masukan secara lisan maupun tulisan terhadap kebijakan yang dapat mempengaruhi kehidupan Masyarakat secara luas (Sofwan, 2022).

Keterlibatan partisipasi digital sendiri dapat membentuk opini publik secara kolektif dan mengekspresikan gagasan pribadi. Komentar dari pengguna online dapat menciptakan opini baru, mendukung narasi yang ada

bahkan dapat memberikan tekanan sosial kepada tokoh publik atau organisasi pemerintah. Akibatnya ranah digital menjadikan salah satu demokrasi baru yang memungkinkan masyarakat dapat mengevaluasi tokoh publik kapanpun mereka muncul di media ketika menyampaikan pernyataan publik.

Pada penelitian ini konsep partisipasi digital untuk memahami komentar netizen di kanal YouTube sebagai bentuk keterlibatan warga negara di ranah publik modern. Seiringnya berkembang demokrasi digital di Indonesia, komentar lebih dari sekedar teks berdiri sendiri, komentar merupakan ekspresi partisipasi publik dalam mengevaluasi, mengkritik, atau mendukung tokoh politik. Bentuk kerja partisipasi digital ini penting karena menunjukkan bagaimana penelitian seharusnya menafsirkan komentar bukan sekedar sebagai statistik, namun bisa sebagai fenomena sosial dan komunikasi yang membahas bagaimana ruang publik berubah di era digital.

2.3 Teori Social Identity Theory

2.3.1 Pengertian Social Identity Theory

Social Identity Theory, atau Teori Identitas Sosial pertama kali dikemukakan oleh Henri Tajfel dan John Turner yang menjelaskan bagaimana individu mendefinisikan dirinya tidak hanya berdasarkan karakteristik personal, melainkan juga berdasarkan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu (Tajfel & Turner, 1979). Teori ini berlandaskan pada tiga proses utama yang saling berkaitan, yaitu kategori sosial (*Social Categorization*), identifikasi sosial (*Social Identification*), dan perbandingan sosial (*Social Comparison*). Melalui kategori sosial, individu secara kognitif mengelompokkan diri ke dalam *in-group* (kelompok sendiri) dan membedakan diri dari *out-group* (kelompok lain), yang menjadi fondasi bagi bias antarkelompok seperti favoritisme terhadap *in-group* dan

diskriminasi terhadap *out-group* (Tajfel & Turner, 1979). Proses ini tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga emosional, karena individu cenderung mengevaluasi kelompoknya secara lebih positif dibandingkan kelompok lain demi mempertahankan harga diri dan identitas sosial yang positif (Novella & S, 2026).

2.3.2 Komponen Social Identity Theory

Komponen pertama adalah *Social Categorization* atau kategorisasi sosial, yaitu proses kognitif di mana individu mengelompokkan orang-orang termasuk diri mereka sendiri ke dalam kategori sosial tertentu untuk menyederhanakan kompleksitas sosial. Dalam proses ini, individu mengidentifikasi siapa yang termasuk “kita” dan siapa yang termasuk “mereka”, yang kemudian membentuk dasar bagi sikap dan perilaku antar kelompok (Tajfel & Turner, 1979).

Komponen kedua adalah *Social Identification* atau identifikasi sosial yaitu proses di mana individu mengadopsi identitas dari kelompok sosial yang mereka masukin dan menginternalisasi nilai, norma, serta standar kelompok tersebut sebagai bagian dari konsep diri mereka. Identifikasi ini bersifat normatif sekaligus emosional, sehingga mendorong individu untuk berperilaku sesuai dengan ekspektasi kelompok, bahkan dalam konteks komunikasi digital (Tajfel & Turner, 1979). Platform media sosial sendiri terbukti memperkuat adanya perpecahan politik dengan menciptakan ruang gema (*echo chambers*) yang memperkuat bias kelompok, sementara identifikasi kelompok yang kuat dimanfaatkan untuk memobilisasi aksi kolektif demi mencapai tujuan bersama (Hafer et al., 2023).

Komponen ketiga adalah *Social Comparison* atau perbandingan sosial, yaitu proses dimana individu membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain untuk mempertahankan citra positif terhadap kelompok

sendiri. Perbandingan yang menguntungkan memperkuat harga diri dan keterikatan kelompok, sementara perbandingan yang tidak menguntungkan dapat mendorong penghinaan terhadap *out-group* (Tajfel & Turner, 1979). Mekanisme ini menjalankan fenomena polarisasi politik dimana para partisan memperbesar pencapaian kelompok mereka sembari mengkritik pihak lawan secara aktif di ruang digital (Hafer et al., 2023).

2.3.3 Relevansi Social Identity Theory di Era Digital

Meskipun teori identitas sosial dikembangkan sebelum era media sosial, relevansinya justru semakin kuat dalam konteks komunikasi digital (Hafer et al., 2023). Penelitian terkini membuktikan bahwa mekanisme *in-group* dan *out-group* justru semakin intens di platform media sosial, dimana konten menyerang *out-group* terbentuk lebih banyak dibagikan dibandingkan konten lainnya (Rathje et al., 2021). Lebih jauh, penelitian terhadap sekitar 180.000 komentar YouTube di ribuan video berita membuktikan bahwa polarisasi berbasis kelompok secara aktif terjadi di kolom komentar platform digital, dan Tingkat toksisitas komentar dapat digunakan sebagai indikator polarisasi kelompok dalam konten berita politik (Mall et al., 2024). Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa proses psikologis yang diidentifikasi Tajfel dan Turner bukan hanya tetap berlaku, melainkan relevan di era digital termasuk dalam komentar netizen di YouTube.

Dalam penelitian ini, identitas sosial digunakan sebagai kerangka teoritis untuk memahami pola perilaku netizen dalam kolom komentar YouTube Kompas TV terkait isu Fufufafa. Ketiga proses utama dalam teori ini seperti kategori sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial, menjadi lensa untuk menjelaskan mengapa komentar netizen tidak muncul sebagai opini individu yang berdiri sendiri, melainkan sebagai perwujudan dari identitas sosial kolektif yang terbentuk melalui akumulasi peristiwa politik sebelumnya (Novella & S, 2026).

2.4 Analisis Tematik

2.4.1 Pengertian Analisis Tematik

Salah satu Teknik analisis kualitatif populer dalam psikologi sosial, studi media digital, penelitian komunikasi, dan budaya adalah analisis tematik, Virginia Braun dan Victoria Clarke (2006), memperkenalkan dan mengembangkan pendekatan ini secara metodis. Proses yang digunakan dalam mengidentifikasi, membaca, menafsirkan, dan mengatur pola makna (tema) dari penelitian, seperti komentar, transkrip wawancara, kiriman media sosial, atau dokumen teks lainnya (Braun & Clarke, 2012)

Analisis tematik merupakan salah satu cara untuk menganalisis data dimana tujuan penelitian ini menemukan pola dan tema melalui data yang dikumpulkan. Metode ini sangat efektif untuk menentukan tema-tema penting dalam data, metode ini bertujuan untuk mengeksplorasi sesuatu yang terjadi pada suatu fenomena. Digunakan dalam mengidentifikasi pola subjek penelitian (Braun & Clarke, 2006). Analisis tematik bisa disebut sebagai analisis tematik interpretatif metode ini dilakukan beberapa tahap seperti mengidentifikasi, analisis, dan mengumpulkan tema dan pola yang ada pada data. Proses ini tidaklah sebentar dan cukup memakan waktu yang tidak sedikit karena data yang di dapat harus di transkripsi terlebih dahulu sebelum digunakan untuk melakukan pengkodean (Sitasari, 2022). Analisis ini dianggap sebagai skill inti dalam melakukan penelitian kualitatif sebagai paduan dasar untuk melakukan analisis penelitian. Analisis ini memiliki ciri khas tersendiri dengan keterampilan dasar yang bisa digunakan dalam berbagai situasi bagi sebagian besar di metode analisis tematik (Heriyanto, 2019).

Analisis tematik ini memiliki enam tahap dalam proses mencari pemahaman tema pada data menyeluruh, sebagai berikut :

1. Familiarisasi Data, merupakan tahap pertama dalam melakukan

analisis tematik, di mana peneliti membaca seluruh data secara berulang-ulang untuk memahami isi secara menyeluruh, agar peneliti familiar dengan isi data yang akan diteliti. Proses ini bertujuan agar peneliti familiar dengan data yang telah dikumpulkan, sehingga mampu dalam menangkap makna, pola, serta informasi penting di dalamnya. Dengan melakukan pembacaan ulang ini, peneliti dapat memperoleh dan pemahaman yang lebih menyeluruh, dan sebagai dasar dalam tahapan analisis selanjutnya.

2. Membuat Kode awal, tahap kedua ini peneliti memberikan deskripsi ringkas pada bagian-bagian data yang sekiranya relevan dengan fokus penelitian. Proses ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menandai bagian atau potongan data yang memiliki makna dan arti penting, lalu kemudian mengelompokkannya ke dalam kode-kode tertentu. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan kode yang bermakna serta mampu merepresentasikan isi dan pesan yang terkandung dalam data. Dengan ini, proses pengkodean pada data awal membantu peneliti menyusun data secara sistematis dan menjadi dasar pola untuk menemukan pola pada tema yang akan dianalisis.
3. Menghasilkan Tema Awal, adalah tahap ketiga dimana tahap ini peneliti mulai mengidentifikasi dan menyusun tema-tema sementara berdasarkan data yang sebelumnya sudah dikumpulkan, dikodekan, dan disusun sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan berbagai kode yang memiliki keterkaitan makna ke dalam kategori yang lebih luas, sehingga terbentuk pola-pola tertentu. Proses ini lalu menghasilkan daftar tema awal yang bersifat sementara, namun sudah menggambarkan dari gambaran umum keseluruhan data. Dengan demikian, tema-tema tersebut menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dengan mengkaji makna dan hubungan antar

data secara mendalam.

4. Meninjau Tema, merupakan tahap keempat dimana peneliti Kembali memeriksa keseluruhan data yang telah dikumpulkan untuk memastikan adanya kesesuaian antara data dengan tema yang telah dibentuk sebelumnya. Proses ini, peneliti melakukan peninjauan ulang atau mengeliminasi tema yang kurang relevan. Tujuannya adalah untuk menyempurnakan dan mengembangkan tema agar lebih akurat, dan representatif terhadap keseluruhan data. Melalui tahap ini, tema-tema yang dihasilkan akan semakin matang dan siap ditetapkan sebagai tema final dalam analisis tematik.
5. Mendefinisikan dan memberi nama tema, tahap kelima ini peneliti menetapkan makna yang sudah jelas dan spesifik dari setiap tema yang sudah dihasilkan sebelumnya. Pada proses ini, peneliti melakukan analisis lebih mendalam lagi untuk memahami inti dari masing-masing tema serta bagaimana tema tersebut berkontribusi dalam menjelaskan keseluruhan data. Di tahap ini peneliti memberikan nama yang representatif dan mudah dipahami agar dapat menggambarkan isi dari tema secara akurat. Tahap ini berperan penting dalam memperjelas struktur analisis dan membantu dalam mengkomunikasikan hasil penelitian.
6. Menyusun laporan, tahap terakhir dalam analisis tematik menurut Virginia Braun dan Victoria Clarke, peneliti menyajikan hasil analisis data secara terstruktur dalam bentuk tulisan ilmiah. Pada tahap ini peneliti menggabungkan seluruh temuan yang diperoleh, termasuk tema-tema yang telah didefinisikan ke dalam narasi yang runtut dan mudah dipahami. Penyusunan laporan ini tidak sekedar hanya berfokus dalam menyajikan data, tetapi juga pada interpretasi makna serta keterkaitannya dengan tujuan penelitian. Tahap ini bertujuan untuk mengomunikasikan

hasil analisis secara menyeluruh dan jelas.

Dalam penelitian ini, analisis tematik digunakan untuk menganalisa komentar netizen di kolom komentar Youtube KompasTV, khususnya pada video “Ditanya Soal Akun Fufufafa, Gibran : Tanya Saja Pada Pembuatnya.” Komentar-komentar ini merupakan bentuk ekspresi publik, sehingga metode analisis mampu menangkap pola naratif, perspektif, emosional, dan susunan opini yang sangat relevan. Analisis tematik membantu peneliti memahami bagaimana netizen menilai, mengkritik, menolak, atau mendukung Gibran melalui komentar spontan yang muncul sebagai respon langsung terhadap isu-isu viral.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.5 1 Penelitian Terdahulu

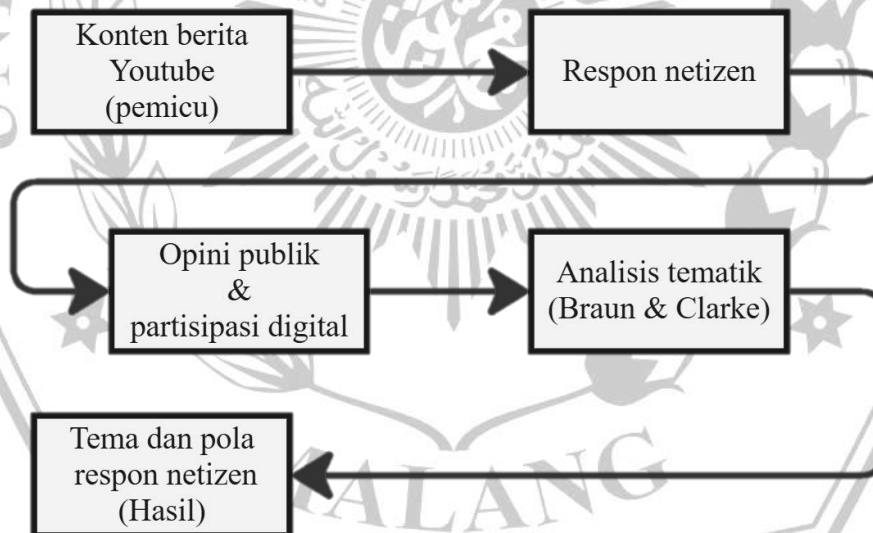
No.	Nama peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Research Gap
1.	(Nabilla Anugrah & Asnawi, 2024)	Tindak tutur ekspresif dalam komentar di laman Youtube Najwa Shihab “Susahnya Jadi Perempuan”	Penelitian ini berfokus pada analisis tindak tutur ekspresif yang objeknya pada komentar YouTube dengan metode deskriptif kualitatif. Namun, penelitian ini tidak membahas topik terkait komunikasi politik dan belum mengkaji makna

No.	Nama peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Research Gap
			tematik dan respon netizen secara mendalam.
2.	(Huwaida et al., 2024)	Analisis Sentimen Komentar YouTube terhadap Pemindahan Ibu Kota Negara Menggunakan Metode Naïve Bayes	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian Naïve Bayes untuk menganalisis komentar YouTube terkait isu pemindahan Ibu Kota Negara. Penelitian ini lebih berfokus pada klasifikasi sentimen dan belum menyelidiki makna, gagasan, serta pola tematik dari komentar netizen.
3.	(Hedrianti, 2024)	Tindak tutur ekspresif pada kolom komentar YouTube film dokumenter Dirty Vote	Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi bentuk dari tindak tutur ekspresif di dalam kolom komentar netizen terkait isu politik. Dalam penelitian ini, peneliti belum membahas terkait dari makna tematik serta pola respon netizen yang

No.	Nama peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Research Gap
			dilakukan secara mendalam.
4.	(De Putri & Toni, 2024)	Analisis Percakapan Netizen Pada Channel Youtube @TotalPolitik Sebagai Media Ruang Publik Komunikasi Politik	Penelitian ini mengidentifikasi percakapan netizen dalam konteks komunikasi politik yang menunjukkan adanya opini publik terkait dengan isu politik seperti dinasti politik dan nepotisme. Penelitian yang dilakukan masih bersifat umum dan tidak dijelaskan secara spesifik dalam mengidentifikasi tema-tema atau pola makna dari respon netizen.
5.	(Septiawati Purnomo et al., 2024)	Dynamics of Hate Speech in Media Sosial: Analysis of Fufufafa's Case Footprint on Facebook	Penelitian ini lebih berfokus pada ujaran kebencian pada kasus "Fufufafa" di platform media sosial Facebook dan memperlihatkan adanya pola serangan personal serta terbentuknya polarisasi opini publik. Penelitian ini menggunakan platform yang berbeda dalam mengkaji respon netizen, dan penelitian ini tidak menggunakan pendekatan analisis tematik untuk

No.	Nama peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Research Gap
			memahami makna dan respon secara mendalam.

2.6 Kerangka Konseptual



Gambar 2.6 1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian menggambarkan alur terbentuknya respon netizen di dalam ruang komunikasi digital, khususnya pada platform Youtube. Konten berita yang diunggah oleh kanal Youtube KOMPAS TV terkait

pernyataan Gibran Rakabuming Raka mengenai isu Fufufafa berperan sebagai pemicu munculnya berbagai tanggapan dari berbagai kalangan masyarakat. Informasi yang diterima oleh masyarakat kemudian diproses oleh netizen berdasarkan persepsi, pengalaman, serta latar belakang sosial politik masing-masing individu, alhasil muncul berbagai ragam respon dalam bentuk komentar di kolom Youtube. Komentar-komentar yang menggambarkan opini publik sekaligus menjadi bentuk partisipasi digital masyarakat dalam menanggapi isu yang beredar di ruang publik digital.

Proses pembentukan opini publik yang terjadi di lingkup masyarakat yang menerima informasi dari media massa, lalu mengolahnya berdasarkan pengetahuan, pengalaman, serta sudut pandang masing-masing individu. Melalui proses inilah masyarakat membentuk opini yang rasional dan kritis terhadap isu-isu yang kompleks maupun sensitive yang sedang berkembang. Di era digital saat ini pembentukan opini publik tidak hanya berlaku satu arah, melainkan berkembang menjadi komunikasi dua arah melalui media sosial dan platform digital. Masyarakat disini bukan hanya sebagai penerima informasi, namun juga aktif dalam memberikan tanggapan serta penilaian yang berada di ruang digital (Avifah Dwi Apriliani et al., 2022).

Respon netizen yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik milik Braun dan Clarke dimana analisis ini mengidentifikasi pola makna, kecondongan opini, serta tema-tema dominan yang muncul. Melalui tahapan analisis tematik, data komentar diolah secara terstruktur dari proses pengkodean hingga terjadinya pembentukan tema akhir yang menggambarkan cara pandang masyarakat kepada tokoh publik dengan isu yang diangkat. Kerangka konseptual ini menekankan pada alur proses, mulai dari pemicu berupa konten berita, respon netizen, hingga pembentukan opini dan partisipasi digital, hingga analisis mendalam untuk menghasilkan pemahaman yang menyeluruh terhadap fenomena yang diteliti.