

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti &amp; Tahun Penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Temuan Penelitian</b>
1.	(Sa'diyah et al., 2022)	Analisis Ujaran Kebencian di Kolom Komentar Youtube Puan Maharani	Perkembangan teknologi yang sangat pesat memunculkan sebuah cara yang memudahkan individu untuk saling melakukan komunikasi dan berbagi opini meskipun berada di ruang yang berbeda. Hadirnya media sosial sendiri mengubah komoditas seseorang untuk dapat berkomunikasi, menyalurkan opini hingga melakukan ujaran kebencian yang melewati batas wajar melalui sosial media.

			<p>Penelitian ini menggunakan metode Web Scrapping sebagai upaya dalam membangun fungsi implementasi text mining agar dapat menganalisis komentar dengan bentuk ujaran kebencian melalui sosial media Youtube Surya Citra Televisi (SCTV) yang mengarah kepada ketua DPR-RI Puan Maharani. Pada penelitian ini ditemukan bahwa ujaran kebencian yang dilakukan oleh seseorang baik dalam berupa kata ataupun frasa dilakukan dalam bentuk sengaja untuk mengungkapkan kekesalan dan kebencian para</p>
--	--	--	--

			<p>pengguna sosial media terhadap suatu fenomena yang disaksikan melalui sosial media.</p>
2.	(Ikhlas, 2021)	<p>Umpatan Dalam Bahasa Minangkabau Di Kolom Komentar Akun Instagram @baruaktamvan</p>	<p>Penelitian dengan judul “Umpatan Dalam Bahasa Minangkabau Di Kolom Komentar Akun Instagram @baruaktamvan” dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui makna umpatan yang digunakan dan dilakukan oleh pengguna media sosial Instagram melalui kolom komentar Instagram @baruaktamvan. Penelitian ini menggunakan 3 metode yang meliputi metode penyediaan data, metode analisis</p>

			<p>data dan metode teknik penyajian hasil analisis data. Temuan dan hasil pada penelitian ini adalah terdapat 42 data yang ditemukan dengan rincian 9 data masuk dalam kelompok kata, 19 dalam bentuk frasa, 9 lainnya berbentuk klausa, dan 5 diantaranya masuk kedalam tataran kalimat.</p>
3.	(Alfarisi, 2023)	<p>Analisis Ujaran Kebencian Pada Akun TikTok @Ina.Dyms Fans Tim E-Sports Mobile Legends</p>	<p>Penelitian dengan judul Analisis Ujaran Kebencian Pada Akun TikTok @Ina.Dyms Fans Tim E-Sports Mobile Legends merupakan penelitian kualitatif yang berfokus untuk mengetahui bagaimana ujaran kebencian yang dilakukan oleh</p>

			<p>pengguna TikTok dan fans Esports pada salah satu akun fanbase Mobile Legends @Ina.Dyms. Temuan pada penelitian ini adalah perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pesat dapat mempengaruhi beragam aspek kehidupan, mulai dari kecepatan penyebaran informasi secara cepat, namun dampak yang terjadi akibat dari cepatnya perkembangan teknologi membawa dampak negative pada ujaran kebencian melalui sosial media.</p>
4.	(Brown et al., 2018)	<p>Intersections of Fandom in the Age of Interactive Media: eSports Fandom as a Predictor</p>	<p>Penelitian dengan judul “Intersections of Fandom in the Age of Interactive Media: eSports</p>

		<p>of Traditional Sport Fandom</p>	<p>Fandom as a Predictor of Traditional Sport Fandom” dilakukan untuk membandingkan mengenai kepuasan terhadap apa yang dicari oleh pengguna melalui sosial media terkait dengan Esports dan olahraga tradisional. Hasil temuan pada penelitian ini adalah para peserta dan pecinta Esports mencari media terkait dengan Esports dan olahraga tradisional dalam bentuk motivasi dan keinginan yang sama. Namun, para fandom Esports dan olahraga tradisional terdapat perbedaan yang mendalam yang ditunjukkan pada dedikasi dan keinginan yang jauh lebih besar</p>
--	--	------------------------------------	--

			ditunjukkan pada konten Esports disbanding dengan olahraga tradisional.
--	--	--	---

Pada penelitian pertama dengan judul “Analisis Ujaran Kebencian di Kolom Komentar Youtube Puan Maharani” terdapat perbedaan mendasar dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu berfokus pada analisis ujaran kebencian terhadap salah satu actor politik yang terjadi pada salah satu media sosial, sedangkan penelitian ini akan melakukan analisis terhadap dunia Esports dan fandom Esports yang saling melakukan interaktivitas melalui Youtube MPL Indonesia dan peneliti akan menganalisis lebih mendalam mengenai jenis dan tingkatan emosi yang dilontarkan oleh masing-masing pengguna melalui kolom komentar Youtube MPL Indonesia. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama komentar sosial media Youtube dan metode scrapping untuk melakukan pengolahan data.

Perbedaan penelitian “Analisis Ujaran Kebencian Pada Akun TikTok @Ina.Dyms Fans Tim E-Sports Mobile Legends” dengan penelitian dengan judul “Analisis Pada Komentar Youtube MPL Indonesia EVOS VS RRQ Sejak Tahun 2020 Hingga Tahun 2023” adalah fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu, peneliti hanya ingin mengetahui bagaimana perkembangan teknologi membawa perubahan terhadap kebiasaan dan dampak negative yang dibawa terhadap perkembangan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana interaktivitas yang dilakukan oleh para pengguna sosial media Youtube MPL Indonesia saat menyaksikan pertandingan. Hal tersebut bukan hanya meliputi ujaran kebencian, namun lebih kompleks karena peneliti ingin menggali lebih jauh bagaimana reaksi dan interaktivitas serta emosi para pengguna saat menyaksikan tayangan melalui sosial media Youtube MPL Indonesia.



Ketiga, Perbedaan penelitian berjudul “Analisis Ujaran Kebencian Pada Akun TikTok @Ina.Dyms Fans Tim E-Sports Mobile Legends” dengan penelitian dengan judul “Analisis Pada Komentar Youtube MPL Indonesia EVOS VS RRQ Sejak Tahun 2020 Hingga Tahun 2023” adalah fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu, peneliti hanya ingin mengetahui bagaimana perkembangan teknologi membawa perubahan terhadap kebiasaan dan dampak negative yang dibawa terhadap perkembangan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana interaktivitas yang dilakukan oleh para pengguna sosial media Youtube MPL Indonesia saat menyaksikan pertandingan. Hal tersebut bukan hanya meliputi ujaran kebencian, namun lebih kompleks karena peneliti ingin menggali lebih jauh bagaimana reaksi dan interaktivitas serta emosi para pengguna saat menyaksikan tayangan melalui sosial media Youtube MPL Indonesia.

Terakhir, Perbedaan yang terjadi pada penelitian terdahulu dengan penelitian “Analisis Pada Komentar Youtube MPL Indonesia EVOS VS RRQ Sejak Tahun 2020 Hingga Tahun 2023” adalah pada fokus yang dituju oleh peneliti. Pada peneliti terdahulu peneliti hanya berfokus untuk mencari tahu kepuasan para fandom Esports terkait dengan konten yang dilihat, namun pada penelitian “Analisis Pada Komentar Youtube MPL Indonesia EVOS VS RRQ Sejak Tahun 2020 Hingga Tahun 2023”, peneliti ingin mengetahui bagaimana interaktivitas yang dilakukan oleh sesama pengguna atau fandom Esports terkait dengan tayangan konten yang telah di publikasi melalui Youtube MPL Indonesia.

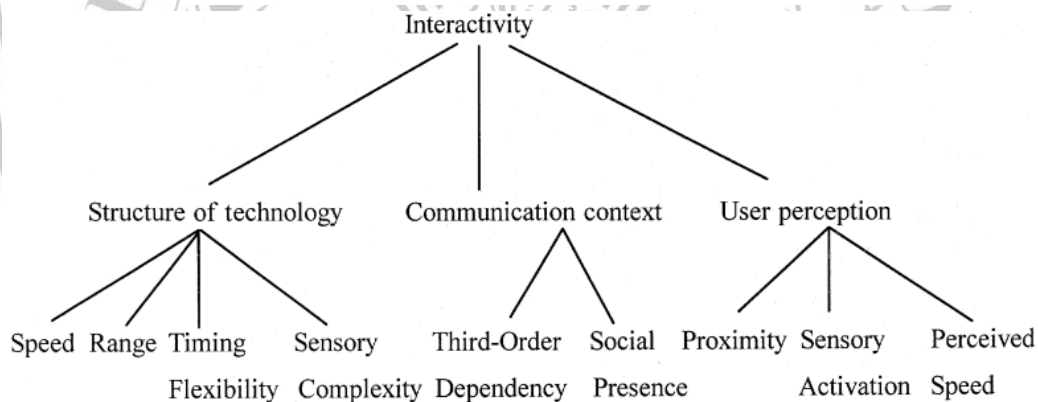
## **2.2 Interaktivitas**

Interaktivitas merupakan konsep dalam studi komunikasi new media atau media baru. Interaktivitas dapat dilakukan apabila terjadi sesuatu yang interaktif antar pengguna melalui respon secara acak dan tidak dapat dikontrol sepenuhnya (Smuts, 2009). Dalam konteks ini, interaktivitas yang terjadi melalui platform sosial media YouTube seringkali respon yang diberikan oleh para pengguna atau



users cenderung berada diluar kendali sehingga respon yang diberikan oleh users mengarah pada tingkatan emosi. Interaktivitas selalu berakar pada cybernetic yang meliputi pemahaman pada sistem untuk mengatur diri sendiri atau users sehingga informasi dapat diproses oleh sistem tersebut dan menimbulkan reaksi terhadap lingkungan interaktif sehingga data yang digunakan akan mengungkapkan tema yang bervariasi pada tingkat interaktivitas. Interaktivitas yang dilakukan melalui teknologi dipastikan lebih stabil disbanding platform lain, sebab medium memiliki tingkat konsisten yang tinggi untuk mengembangkan inovasi. Fluktuasi dari persepsi users atau pengguna disebabkan oleh perbedaan serta kurangnya pengalaman dalam menggunakan medium (Kiouisis, 2002).

**Gambar 2. 1** Operationalization of interactivity



**Sumber :** Spiro Kiouisis (2002).

Dalam konteks teknologi dan komunikasi, interaktivitas merujuk pada kemampuan media untuk melakukan interaksi dengan pengguna yang saling terhubung didalamnya. Interaktivitas yang terjadi dalam dunia digital seringkali dianggap mampu menciptakan pengalaman menarik bagi users untuk saling bertukar pikiran. Liu & Shrum (2002) menekankan bahwa interaktivitas harus terdapat umpan balik antar sesama pengguna agar menciptakan lingkungan yang interaktif. Hal ini meliputi

pertanyaan, komentar hingga kritik oleh para pengguna kepada pengguna lainnya melalui fitur medium dalam paardigma interaksi.

Interaktivitas merupakan komponen utama dalam menghubungkan pengguna kepada pengguna lain atau pengguna kepada media yang dipilih sebagai platform komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat dan tidak dapat dibendung mengubah proses berjalannya interaksi yang dilakukan oleh users atau pengguna. Kompleksitas definisi interaktivitas memunculkan beberapa karakter intervaktivitas yang diutrakan oleh beberapa ahli, diantaranya sebagai berikut :

1. *Interactive features*

Fitur dalam interaktivitas pertama kali dikenal pada tahun 1980 yang menggambarkan interaktivitas sebagai kemampuan pengguna untuk mengontrol dan berperan aktif dalam media sebagai platfom interaktivitas.

2. *Perceived interactivity*

Interaktivitas harus mampu dirasakan oleh pengguna agar para pengguna mampu memahami suatu sudut pandang yang diutarakan oleh pengguna lainnya. Dalam konteks ini, pengguna juga penting untuk melakukam evaluasi dalam menafsirkan berbagai fitur yang tersedia didalam platform teknologi digital.

3. *Interactive exchange*

Interaktivitas harus disertai dengan hubungan timbal balik atau keterlibatan dalam melakukan proses pertukaran informasi sehingga dapat terjadi suatu lingkungan yang interaktif.

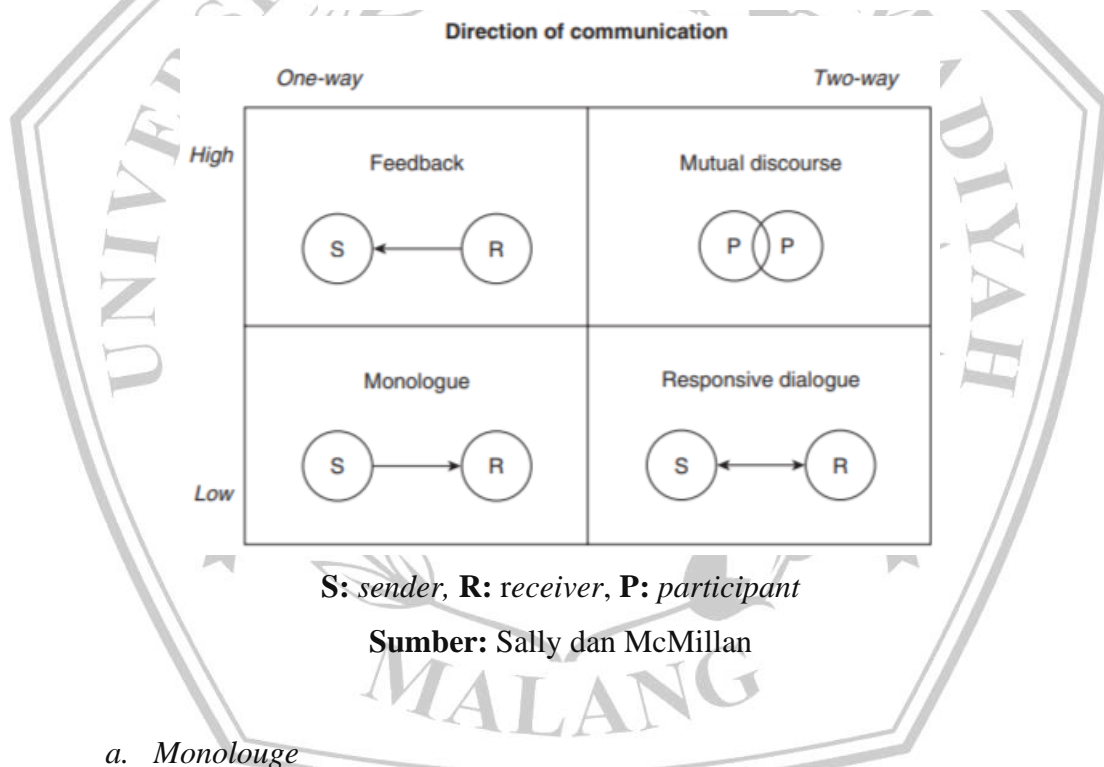
Interaktivitas umunya hanya bisa dilakukan melalui percakapan tatap muka. Seiring berkembangnya teknologi dan munculnya platform media baru, interaktivitas juga dengan mudah dapat dilakukan melalui computing dengan menggunakan jaringan layanan internet. (McMillan & J., n.d.) membagi konsep interaktivitas menjadi tiga

bagian yang meliputi User-to-user Interaction, User-to-documents Interactivity dan User-to-system Interactivity.

1. *User to user interaction*

Interaksi user to user berfokus pada interaksi yang dilakukan oleh sesama pengguna antara pengirim dan penerima pesan adalah individu yang saling berinteraksi satu sama lain sehingga menciptakan lingkungan yang interaktif.

**Gambar 2. 2** User to user interaction



a. *Monolouge*

Komunikasi secara monolog merupakan jenis komunikasi satu arah, dimana pengirim pesan sepenuhnya mengendalikan arah tujuan pesan komunikasi disampaikan tanpa adanya umpan balik dari penerima. Contoh: seorang pria yang sedang duduk didepan teras melamun dan memikirkan

sesuatu seakan ia sedang berbicara, namun tidak ada satupun pesan yang ia terima balik.

*b. Feedback*

Situasi ini berada dalam suatu lingkungan yang melibatkan komunikator untuk ikut serta dan memiliki keinginan terlibat dalam suatu obrolan. Hal ini memberikan peluang lebih besar terjadinya lingkungan yang lebih interaktif karena terdapat feedback didalamnya. Contoh: seorang guru yang sedang menyampaikan materi didepan kelas, kemudian ia melontarkan sebuah pertanyaan yang memungkinkan dijawab oleh muridnya sehingga para murid yang ada didalam kelas saling berebut untuk menjawab pertanyaan.

*c. Responsive Dialogue*

Responsive dialog melibatkan komunikasi dua arah antar sesama pengguna sehingga terdapat umpan balik secara interaktif antar user pengirim dan penerima pesan. Contoh: Seseorang yang memposting barang dagangan melalui platform sosial media dan terlibat proses tawar menawar atau negosiasi untuk mendapatkan kesepakatan harga.

*d. Mutual Dialouge*

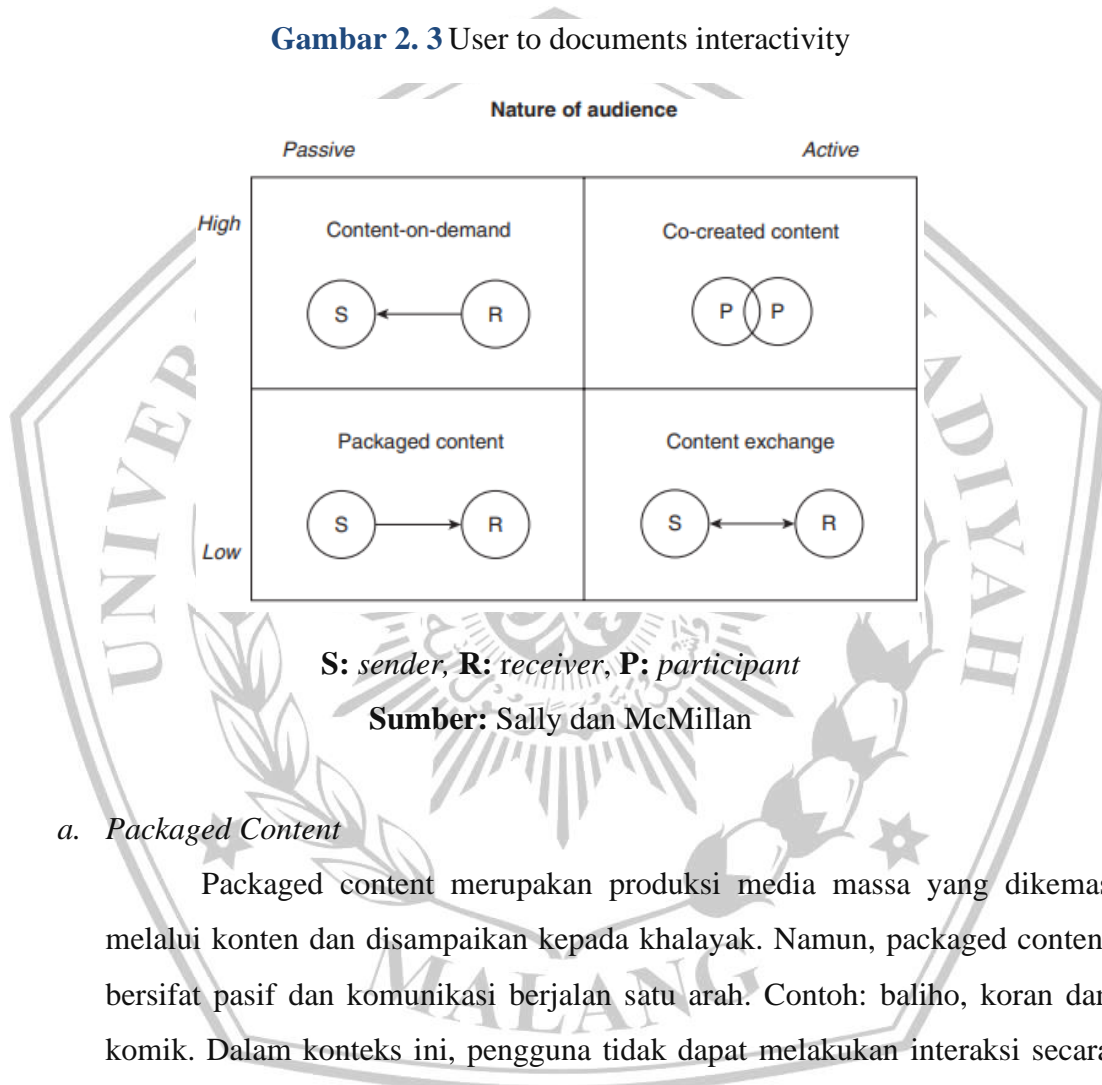
Mutual dialog bersifat responsif serta bentuk komunikasi dua arah yang tidak dapat dibedakan antar pengirim pesan dan penerima pesan. Pada konsep ini, kedua pengguna cenderung responsif saat memberikan umpan balik dalam berinteraksi. Contoh: terdapat konflik dalam suatu kelompok sehingga mereka saling adu argumen dan menceritakan kronologi sesuai sudut pandang masing-masing.

*2. User to documents interactivity*

Interaktivitas user to documents bukan hanya melakukan interaksi antar sesama user atau pengguna, namun pengguna juga akan berinteraksi dengan dokumen serta pemilik dokumen tersebut. Interaktivitas melalui dokumen

dapat ditafsirkan melalui media massa pesan yang diterima oleh pengguna atau user. Bentuk interaktivitas dengan dokumen kerap kali muncul pada media baru yang dibuktikan oleh situs website dan partisipasi aktif dalam menciptakan lingkungan interaktif,

**Gambar 2. 3** User to documents interactivity



a. *Packaged Content*

Packaged content merupakan produksi media massa yang dikemas melalui konten dan disampaikan kepada khalayak. Namun, packaged content bersifat pasif dan komunikasi berjalan satu arah. Contoh: baliho, koran dan komik. Dalam konteks ini, pengguna tidak dapat melakukan interaksi secara langsung oleh pembuat atau pengirim pesan sehingga tidak dapat menciptakan lingkungan yang interaktif.

b. *Content on Demand*

Interaktivitas content on demand menghasilkan asumsi yang lebih banyak dari penonton. Namun, penonton dalam konteks content on demand

bukanlah pencipta pesan atau konten. Model komunikasi ini biasa ditemukan pada halaman web untuk menyampaikan berita.

c. *Content Exchange*

Content exchange merujuk pada semua pengguna dapat menjadi pengirim atau penerima pesan komunikasi konten. Seperti contoh: forum diskusi kaskus online yang terdapat pada platform media sosial.

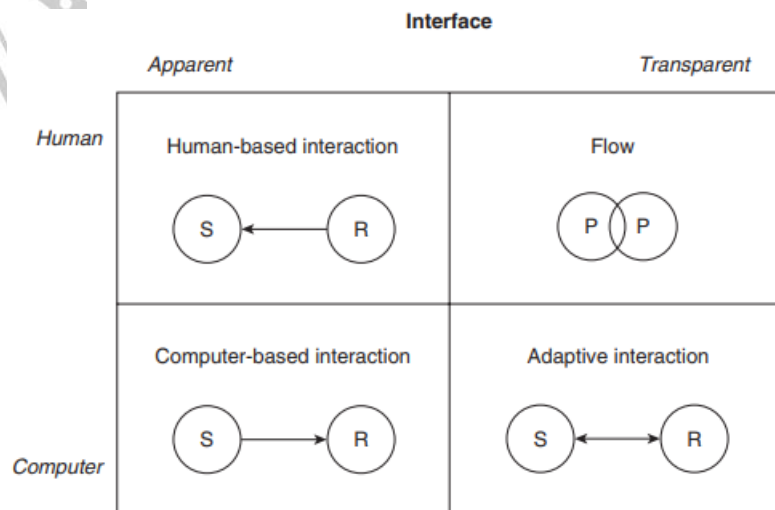
d. *Co-Created Content*

Co-created content membuka peluang kesempatan baik pengirim maupun penerima pesan untuk aktif terlibat dalam pembuatan konten. Hal seperti ini sering dijumpai dalam Blog dan fiksi interaktif yang memberikan ruang bagi para pengguna atau user untuk melakukan kolaborasi

3. *User to System Interactivity*

Konsep interaktivitas user to system mengarah kepada komunikasi satu arah. Interaksi yang dijalankan berupa rekasi terhadap dokumen serta pemilik dokumen. Oleh karena itu, pengguna hanya bisa melakukan interaksi melalui tautan link yang tersedia untuk mengunduh fitur, sehingga bentuk interkativitas komunikasi pada konsep ini berada dalam jajaran komunikasi satu arah.

**Gambar 2. 4** User to system interactivity



**S:** sender, **R:** receiver, **P:** participant

**Sumber:** Sally dan McMillan

a. *Computer-Based Interaction*

Computer based interaction dapat didefinisikan sebagai upaya pembaca atau user dalam merespon informasi yang diterima oleh akses pada perangkat yang tersedia dalam komputer sehingga pembaca memiliki peran aktif untuk menciptakan lingkungan yang interaktif terhadap fitur yang tersedia. Oleh karena itu, pembaca harus mampu menempatkan dan memahami keberadaan fitur pada perangkat computer.

b. *Human-Based Interaction*

Human based interaction merupakan konsep yang menjelaskan bahwa individu dapat berperan aktif dalam menggunakan fitur yang tersedia dalam komputer untuk menggali, mengumpulkan dan memanipulasi segala jenis informasi yang terdapat didalamnya.

c. *Adaptive Interaction*

Model adaptive interaction mendefinisikan bahwa computer sebagai perangkat utama tetap menjadi pemegang kendali utama dalam proses interaktif. Oleh karena itu, computer jauh lebih mampu memahami terhadap keinginan individu. Contoh: saat melakukan pencarian melalui YouTube, computer mampu memahami apa yang pengguna inginkan meskipun terdapat kata kunci yang salah.

d. *Flow*

Model interaktivitas user to system flow memberikan kebebasan kepada pengguna untuk turut terlibat aktif saat menggunakan perangkat komputer dan perangkat lunak. Oleh karena itu, para pengguna yang aktif akan menimbulkan dampak positif untuk menciptakan ruang lingkungan komputer yang interaktif.



Interaksi antar pengguna merujuk pada bentuk interaksi yang terjadi di platform web antara dua pengguna atau lebih melalui kolom komentar yang telah disediakan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan tingkat keterlibatan dalam situs tersebut. Di sisi lain, interaksi antara pengguna dan sistem mengacu pada hubungan antara teknologi web dan pengguna, yang melampaui aktivitas seperti mengunduh, mengklik tautan, atau menggunakan fitur-fitur yang ada. Selanjutnya, interaksi antara pengguna dan dokumen diasumsikan sebagai bentuk interaksi di mana pengguna berinteraksi dengan dokumen yang diberikan, memungkinkan mereka untuk menafsirkan dan memahami isi dari media tersebut. Pada tingkat ini, komunikasi cenderung bersifat satu arah karena pengguna dibatasi dalam interaksi dengan fitur yang tersedia.

### **2.3 Youtube Sebagai Media Sosial**

Youtube merupakan salah satu platform sosial media komunikasi digital yang memberikan kebebasan bagi para pengguna untuk membagikan segala jenis konten dalam bentuk video. Youtube, para pengguna dapat melakukan interaksi antar sesama pengguna sosial media melalui berbagai fitur yang tersedia. Youtube kini telah menjadi bagian yang sangat penting bagi pengguna untuk melakukan interaksi, membangun relasi hingga melakukan pekerjaan sehari-hari. Di era yang serba digital seperti saat ini, komunikasi dan media sosial menjadi hubungan yang saling melekat dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Saffitri & Widati (2022) menekankan bahwa media sosial Youtube telah menjadi tren dalam segala bentuk aspek komunikasi. Hadirnya media sosial juga mampu mengirimkan pesan komunikasi secara instan dan efektif kepada semua penggunanya di seluruh dunia. Hadirnya media sosial mampu menekan tingkat efektivitas dalam proses komunikasi dan penyebaran informasi. Media sosial mampu memberikan jangkauan yang luas kepada pengguna untuk saling terhubung dan melakukan komunikasi dua arah tanpa harus bertatap muka. Media sosial mampu membuka peluang bagi pengguna untuk ikut terlibat dalam segala

bentuk komunikasi secara bebas melalui berbagai fitur yang tersedia (Watie, 2016).

Widada (2018) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa manfaat yang dibawa oleh media sosial dalam kehidupan sehari-hari bagi pengguna, yaitu:

- a. Media sosial mampu membuka kesempatan lebih luas bagi pengguna untuk menggali informasi yang akurat secara online.
- b. Melalui media sosial, pengguna dapat melakukan kolaborasi dengan pengguna lain tanpa ada batas waktu dan tempat.
- c. Media sosial mampu menjadi sebagai platform komunikasi secara verbal dan visual serta memberikan akses jangkauan informasi yang tak terbatas.

Siagian et al., (2020) juga telah melakukan kajian mengenai manfaat bagi pengguna dalam menggunakan media sosial sebagai berikut:

- a. Media sosial memudahkan pengguna dalam memasarkan produk melalui konten yang dipublikasi pada sosial media agar produk tersebut memiliki jangkauan lebih luas.
- b. Media sosial mampu menjadi alat yang efektif untuk melakukan promosi serta membangun hubungan dengan pengguna media sosial lainnya.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan mengenai manfaat bagi pengguna media sosial. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial mampu menjangkau dan membangun interaksi dengan pengguna lain dengan skala lebih luas. Media sosial juga memberikan fasilitas serta keuntungan bagi pengguna untuk menyampaikan pandangan dan informasi dengan bebas. Tingginya jumlah pengguna media sosial mewujudkan sebuah ruang lingkungan baru dalam melakukan proses komunikasi antar sesama pengguna. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat mendorong semua kalangan masyarakat untuk melakukan komunikasi melalui media sosial. Hadirnya platform media sosial seperti Youtube memudahkan komoditas masyarakat untuk melakukan komunikasi hanya melalui komputer atau

smartphone. Kehadiran platform media baru berdampak besar bagi berbagai kalangan. Seiring waktu, YouTube semakin dikenal sebagai salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat (Vira & Reynata, 2022)

## **2.4 Expectation Confirmation Model (ECM)**

Chang & Zhu (2012) mengembangkan konsep ECM untuk melakukan evaluasi terhadap kedalaman dalam hubungan sosial individu dengan orang lain dari latar belakang atau kelompok sosial yang berbeda, serta untuk menilai dampaknya terhadap dukungan emosional. Konsep ini terdiri dari Perceived Bridging Social Capital dan Perceived Bonding Social Capital, di antaranya:

### **1. Perceived Bridging Social Capital**

Konsep ini mempertimbangkan relasi yang tidak bersifat terikat antara individu yang dapat saling memberikan informasi bermanfaat atau sudut pandang baru tanpa adanya keterlibatan emosional. Dalam konsep ini, terdapat empat kode yang membagiannya, termasuk:

#### *a. Identification with Nation and Club*

Kode ini meneliti cara individu mengekspresikan kebanggaan atau loyalitas terhadap suatu kelompok tertentu. Umumnya, dalam kode ini, komentar mencerminkan dukungan dan keyakinan yang tinggi. Sebagai contoh, dalam konteks Esports, ketika seseorang menyatakan dukungan terhadap suatu tim Esports, hal tersebut mencerminkan identifikasi diri dengan tim tersebut dan kesetiaan yang kuat.

#### *b. Competitiveness and Rivalry*

Mengandung pernyataan ketidaksamaan atau ketiadaan keterikatan terhadap suatu kelompok atau pihak. Dalam kode ini, umumnya komentar mengandung kalimat ejekan atau adu mulut. Sebagai contoh, ketika seseorang mengekspresikan ketidaksetujuannya

terhadap suatu tim Esports, hal tersebut mengindikasikan ketiadaan keterikatan atau adanya persaingan yang kuat.

*c. Perceived Shared Experiences*

Dalam kode ini, komentar mengandung pengalaman pribadi yang berkontribusi pada pembentukan persepsi baru. Contoh komentar yang sering muncul adalah pengalaman yang dibagikan, seringkali dengan cara membandingkan dengan pengalaman kelompok lain.

*d. Mitigating Conflict and Building bridges*

Tujuannya adalah untuk mengurangi konflik dan meningkatkan pemahaman antara suatu kelompok atau pihak tertentu. Dalam kode ini, umumnya komentar mengandung ekspresi kesamaan, penghargaan terhadap pihak atau tim lain, serta komentar yang menenangkan atau meredakan ketegangan.

## **2. Perceived Bonding Social Capital**

Konsep ini menunjukkan perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan konsep sebelumnya. Berbeda dengan bergantung pada modal sosial, konsep ini, yang merupakan bonding social capital, memperhatikan hubungan yang erat dan dekat secara emosional antara individu, seperti dalam lingkungan keluarga dan pertemanan yang dekat. Terdapat enam kode yang membentuk konsep ini, termasuk:

*a. Sense of Belonging*

mencerminkan perasaan memiliki, terhubung, atau bersatu dengan suatu pihak atau kelompok. Dalam kode ini, terdapat komentar yang memberikan dukungan, doa, dan pujian.

*b. Emotional Support*

Komentar yang menunjukkan dukungan dan motivasi emosional. Dalam komentar yang positif, biasanya terdapat kata-kata

yang menginspirasi, memberikan semangat, dan menunjukkan empati terhadap suatu pihak atau kelompok. Namun, dalam komentar yang negatif, terdapat ungkapan kemarahan yang menandakan kurangnya keterhubungan atau adanya ketidaksenangan terhadap suatu pihak.

c. *Shared Values and Beliefs*

Fokus pada komentar yang mengungkapkan nilai dan keyakinan terhadap suatu kelompok atau pihak. Komentar ini umumnya memberikan informasi yang membandingkan antara satu pihak dengan yang lain.

d. *Collective Identity*

Mengenali komentar yang menekankan pada identitas kolektif suatu pihak. Komentar tersebut mencerminkan perasaan solidaritas yang dipegang oleh anggota kelompok dan diterima oleh yang lain. Dalam komentar yang positif, biasanya menguatkan identitas atau kesetiaan terhadap suatu partai dengan merasa memiliki kepemilikan bersama. Namun, dalam komentar yang negatif, dapat mengungkapkan kemarahan yang menantang atau mengkritik identitas kolektif dari pihak tersebut.

e. *Collaborative Actions*

Komentar yang menunjukkan tindakan atau upaya kolaboratif di antara pendukung. Komentar ini mengandung kata-kata yang memiliki potensi untuk memengaruhi penggemar lain terhadap suatu kelompok. Komentar positif, umumnya, melibatkan ajakan untuk bertindak demi mendukung dan memperkuat ikatan serta solidaritas dengan pihak atau kelompok tertentu. Namun, dalam komentar negatif dalam kode ini, terdapat ekspresi kemarahan terkait kurangnya aksi yang mampu meyakinkan para penonton.

f. *Group Cohesion*

Komentar ini umumnya netral, menunjukkan tingkat solidaritas yang tinggi, dan tidak membandingkan dengan pihak manapun. Komentar tersebut mencerminkan dukungan, pembelaan, dan keadilan.

## 2.5 Parrot Emotions Theory

Emosi menjadi elemen kunci yang membentuk karakter dan kepribadian seseorang. Berikut merupakan tingkatan emosi yang terdapat dalam parrot emotion theory, yaitu:

### a. *Love*

Cinta adalah suatu emosi yang kompleks dan mendalam yang dapat dirasakan oleh manusia. Ini merupakan perasaan yang positif yang dapat muncul dalam beragam situasi, termasuk dalam hubungan romantis antara pengguna atau fans, ikatan antara orang tim dan penggemar, persahabatan, kasih terhadap hobi atau minat tertentu, dan banyak lagi.

### b. *Joy*

Kegembiraan adalah sensasi positif dan sukacita yang seringkali dipicu oleh kebahagiaan, kesenangan, atau kepuasan. Ini merupakan salah satu dari emosi manusia yang paling memuaskan dan menyenangkan, dan sering dikaitkan dengan perasaan positif seperti sukacita, kepuasan, keceriaan, dan kebahagiaan.

### c. *Surprise*

Kejutan adalah respons atau sensasi yang timbul saat seseorang tiba-tiba dihadapkan pada sesuatu yang tidak diantisipasi atau diprediksi. Hal ini bisa berupa peristiwa, informasi, atau pengalaman yang mengagetkan seseorang, baik dalam konteks positif maupun negatif. Kejutan merupakan salah satu dari emosi dasar manusia.

*d. Anger*

Kemarahan merupakan salah satu dari emosi manusia yang kuat dan mendalam. Ini merupakan respons emosional terhadap situasi atau peristiwa yang dianggap tidak adil, mengganggu, atau mengancam. Kemarahan seringkali disertai dengan perasaan ketidakpuasan, frustrasi, atau amarah. Tingkat kemarahan dapat bervariasi, mulai dari kekesalan yang ringan hingga kemarahan yang sangat intens.

*e. Suffering*

Pengalaman penderitaan adalah kondisi negatif yang melibatkan rasa sakit, ketidaknyamanan, atau kesulitan fisik atau emosional. Ini merupakan bagian dari kehidupan manusia yang muncul dalam beragam situasi dan tingkat keparahan. Penderitaan sering kali terkait dengan rasa sakit, ketidakbahagiaan, atau kesedihan.

*f. Fear*

Rasa takut adalah respons emosional terhadap ancaman atau situasi yang dianggap berbahaya atau menakutkan. Ini merupakan reaksi alami yang membantu manusia untuk mengenali risiko dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi diri atau menghindari bahaya. Ketakutan dapat muncul dalam berbagai bentuk, intensitas, dan situasi yang berbeda.

Menurut konsep *parrot theory emotion*, karakteristik emosi dapat mempengaruhi polaritas emosional sehingga kompleksitas emosi dapat dikendalikan dan dirangkum secara efektif (Abbasi & Beltiukov, 2020).