

Pengaruh Konten Youtube Ria Ricis Terhadap Agresi Verbal Netizen

The Influence of Ria Ricis's Youtube Content on Netizens' Verbal Aggression

Aulia Rahma¹, Santi Delliana²

¹⁻²Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta Timur
Email: anastasia.santi@kalbis.ac.id¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 7 Desember 2021 Disetujui: 26 Februari 2022 Diterbitkan: 23 Maret 2022 Hal. 78-86	<p>Semakin banyak pembuat konten mulai membuat video YouTube di Indonesia. Salah satu YouTuber ternama Indonesia bernama Ria Ricis. Popularitas Ria Ricis di YouTube telah mendatangkan banyak subscriber padanya. Salah satu video Ria Ricis yang menjadi fokus penelitian ini adalah video berjudul "24 Jam Bareng Cimoy Kebongkar Semua". Video berdurasi 12 menit 7 detik tersebut menampilkan isi tanya jawab dengan menghadirkan bintang tamu, dengan nama asli Nuraini atau lebih akrabnya Cimoy Montok. Banyak yang merespon positif video tersebut di kolom komentar, dimulai dengan pujian dan saran yang diberikan oleh para netter. Namun, beberapa komentar dari penggiat jejaring yang berisi penghujatan negatif, penghinaan, ejekan, provokasi, dll telah ditemukan. Komentar ini mengandung unsur agresi verbal. Agresi verbal adalah jenis agresi verbal seperti memarahi, berteriak, menggunakan kata-kata yang tidak masuk akal atau kasar yang melukai sesuatu. Dengan penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui pengaruh konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen. Penelitian ini menggunakan paradigma positif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian dan jenis penelitian eksplanatori. Teori stimulus-respon (S-R) digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t, dan hasilnya menunjukkan bahwa hasil dari $8,423 > t$ tabel 1,984 dan analisis regresi dari 0,648 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel x dan y, serta menunjukkan pengaruh variabel x dan y. Oleh karena itu disebutkan bahwa konten video YouTube Ria Ricis memengaruhi agresi verbal netizen.</p>
Kata Kunci: Media Sosial; Agresi Verbal; Konten Youtube.	
Keywords: Social Media; Verbal Aggression; Youtube Content	ABSTRACT <i>More and more content creators have begun creating YouTube videos in Indonesia. One of Indonesia's famous YouTubers is named Ria Ricis. The popularity of Ria Ricis on YouTube has brought many subscribers to her. One of the Ria Ricis videos that this research focuses on was a video entitled "24 Hours of the Same as Cimoy The Discovers of Everything" The 12-minute 7-second video shows the content of questions and answers by presenting a guest star, Cimoy Montok, named Nuraini or more familiarly. Many responded positively to the video in the comment column, starting with praise and suggestions made by networkers. However, some commentaries from networkers that contained negative blasphemy, insults, mockery, provocation, etc., have been discovered. These comments contain verbal aggression elements. Verbal aggression is verbal aggression like scolding,</i>

screaming, using nonsense or harsh words that hurt things. With this research, researchers attempted to determine the effect of Ria Ricis YouTube content on netizen verbal aggression. This study uses a positive paradigm with a quantitative approach to research. In this study, the research method and type of explanatory research are used. Furthermore, the theory of stimulus-response (S-R) is used. Hypothesis tests were performed using a t-test. The results indicate that results from $8,423 > t$ table $1,984$ and regression analyses from $0,648$ demonstrated strong relationships between x and y variables and showed the influence of the x and y variable. It is therefore stated that Ria Ricis' YouTube video content affects netizen's verbal aggression.

PENDAHULUAN

Masyarakat semakin mahir mengakses media sosial dalam berbagai hal, mulai dari mengakses informasi, berkomunikasi, belajar, belanja dan lain sebagainya. Media sosial hadir membawa segala kemudahan dan perubahan pada masyarakat, sehingga semakin hari pengguna media sosial semakin meningkat. Dikutip dari websindo.com menyatakan, riset terhadap media sosial di Indonesia tahun 2019 bahwa masyarakat Indonesia tercatat memiliki total pengguna aktif media sosial mencapai 150 juta pengguna, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia bila dipersentasekan mencapai angka 56% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia (Websindo, 2019). Dikutip dari halaman Databoks, YouTube adalah salahsatu *platform* media sosial yang sangat familiar, terbukti bahwa pengguna yang telah mengakses YouTube mencapai angka 88% (Jayani, 2019).

Di Indonesia, sudah kian banyak *content creator* yang mulai berkarya membuat video-video di YouTube. Salah satu YouTuber wanita asal Indonesia yang terkenal bernama Ria Ricis. Kepopuleran Ria Ricis di jagat YouTube (Ricis, 2019b) membuatnya memiliki banyak *subscriber*, terhitung dari tanggal 1 April 2020 Ria Ricis telah memiliki 19,5 juta subscriber. Karya-karya videonya di YouTube antara lain dengan membuat konten-konten hiburan, terdiri dari video *Vlog*, *Review* barang, *Challenge*, *Review Squishy*, Musik, *Webseries*, tanya jawab bersama artis atau *public figure*, berkunjung kerumah artis dan masih banyak lagi.

Salah satu video Ria Ricis yang akan menjadi fokus pembahasan penelitian ini ialah video yang berjudul “24 jam sama cimoy kebongkar semua” (Ricis, 2019a). Pada video tersebut kita diperlihatkan video dengan durasi 12 menit 7 detik yang berisi muatan konten tanya jawab dengan menghadirkan salah satu bintang tamu yang bernama Nuraini atau lebih akrab di sapa cimoy montok. Tanya jawab dilakukan dengan santai dan diseling bercanda oleh Ria Ricis dan Ary. Video “24 Jam bareng cimoy kebongkar semua” adalah kelanjutan dari video sebelumnya yang berjudul “Sisi baik cimoy montok ia berhak Bahagia” yang juga berisi konten tanya jawab.



Gambar 1. Video 24 Jam Sama Cimoy Kebongkar Semua... (Ricis, 2019a).

Kemudian pada kolom komentar, banyak yang memberi respon positif terhadap video tersebut mulai dari pujian dan saran yang dilontarkan oleh netizen. Namun ditemukan ada beberapa komentar netizen yang berisi komentar negatif dengan hujatan, hinaan, ejekan, provokasi dsb. Komentar tersebut dikatakan mengandung unsur agresi verbal. Agresi verbal merupakan salah satu bentuk perilaku verbal agresif yang menimbulkan “rasa sakit” pada objek, seperti berteriak,

berteriak, mengucapkan kata-kata kotor atau kasar, dan bentuk lainnya (Afriany, Alfari, & Sofa, 2019).



Gambar 2. Agresi Verbal (Ricis, 2019a).

Teori respon stimulus pada dasarnya adalah prinsip yang sangat sederhana dimana efeknya merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Atas dasar ini, seseorang dapat memprediksi atau mengharapkan sesuatu yang terkait erat dengan pesan media dan reaksi audiens. Elemen kunci dari teori respon stimulus adalah pesan (stimulus), penerima pesan dan pengaruhnya. Prinsip respon stimulus ini adalah dasar dari teori jarum suntik, teori klasik dari proses media massa yang berpengaruh. Pada jarum suntik, media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah penonton.

Media baru adalah media yang dapat mendigitalkan, menyatu, berinteraksi, dan mengembangkan jaringan yang berkaitan dengan pembuatan dan penyampaian pesan. Menurut (Delliana & Wibowo, 2019, p. 84), ketika Internet digunakan sebagai strategi militer selama Perang Dunia II, Internet pada awalnya ditemukan sekitar tahun 1957. Dalam *The New Media Reader* (Liliweri, 2017), Lev Monovich mendefinisikan media baru dalam delapan proposal: proposal pertama, media baru adalah budaya siber - kata 'media baru' dan 'budaya siber' sering digunakan secara bergantian.

Media sosial adalah suatu representasi kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, Homo socius. Makhluk hidup yang tidak dapat bertahan dalam kesendirian dan memerlukan orang lain untuk dapat menyambung kehidupan. Interaksi dan komunikasi antarmanusia, pada awalnya dilakukan secara langsung. Tidak melalui medium atau perantara. Karena sifat langsungnya, maka kesalahpahaman dalam berkomunikasi relatif dapat dihindari.

Jenkins, Ford & Green (Permatasari & Wijaya, 2019) berpandangan bahwa pada perkembangan teknologi informasi komunikasi digital telah memberikan segala kemudahan mulai dari percepatan pesan media, yang kemudian menjadi pemicu munculnya nilai-nilai dan praktik dalam sebagian besar konten di media sosial. Dikutip di Youtube: Video *online* dan partisipasi budaya (Chamberlain, 2010) bahwa terjadi pergeseran pada ide situs Web YouTube yang pada awalnya adalah sebagai fasilitas penyimpanan pribadi untuk konten video ke platform untuk mengekspresikan diri ke publik karena dirancang sebagai tempat berbagi video amatir, karena ada kombinasi dari popularitas massa pengguna youtube juga pada pengguna yang mendistribusikan konten ke media penyiaran untuk mendapatkans perhatian audience.

Agresi verbal merupakan salah satu bentuk agresi verbal yang menimbulkan “rasa sakit” pada objek yang tidak diinginkannya seperti teriakan-teriakan, ucapan yang kotor atau kasar dan bentuk yang bersifat verbal lainnya. Menurut Bower & Bower (2010) dalam (Afriany et al. 2019, p. 24), mengungkapkan karakteristik perilaku agresif berikut: mengekspresikan perasaan tanpa memperhatikan atau menyinggung perasaan orang lain; berbicara banyak dengan cepat dan berbicara banyak tentang dia; mata tidak ekspresif, merendahkan, dingin, kesemutan, dan memperhatikan saat berbicara dengan orang lain; ketika orang lain memujinya, dia akan membual tentang dirinya sendiri sampai dia menyinggung orang-orang yang mencintainya; menjadi "tahu segalanya" mencoba mengungkapkan pendapat tentang segala hal untuk menunjukkan pendapat Anda, berpikir bahwa mereka memiliki semua bukti, analisis, dan tanggapan; untuk menyerang orang lain yang tidak setuju dengan mereka melalui interupsi, intimidasi, dominasi, atau kontrol berlebihan; menyerang, mengintimidasi, mengkritik, tanpa klarifikasi lebih lanjut; tidak ingin mengetahui alasan berbeda di balik sesuatu yang tidak menyenangkan; nyatakan perselisihan

dengan nada menyinggung dan mengintimidasi sehingga orang lain bisa menyinggung perasaan; mempertahankan hak mereka terlepas dari hak orang lain; dan mengajukan keluhan secara eksplosif.

Perilaku agresif verbal dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (1) Tindakan agresi verbal yang aktif dan terus terang. Ini termasuk agresi verbal langsung dan aktif yang lainnya menghina. (2) Perilaku verbal yang menyerang, aktif, dan tidak langsung. Agresi verbal aktif dan tidak langsung termasuk menyebarkan gosip atau rumor jahat. (3) Agresi verbal langsung dan pasif. Salah satu bagian dari agresi verbal langsung dan pasif adalah bahwa pertanyaan tidak terjawab. Agresi verbal pasif dan tidak langsung. Ini termasuk perilaku agresif verbal pasif dan tidak langsung yang tidak ingin berbicara dengan orang lain. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen dan untuk mengetahui tingkat kekuatan pengaruh konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik sebagai landasan karena fenomena penelitian agresi verbal adalah sebuah bentuk perilaku dan menjadi realita yang nyata terjadi di jagat media sosial. Pendekatan yang digunakan pada penelitian “Pengaruh konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen” adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Alasannya, penelitian dengan pendekatan kuantitatif akan menjelaskan suatu masalah yang dapat menggeneralisasikan hasil nantinya, kemudian penelitian difokuskan pada aspek data yang luas sehingga hasil penelitian dianggap mewakili seluruh populasi, dan informasinya cenderung didominasi dengan angka yang akhirnya mengolah data dengan menggunakan teknik statistik.

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu peneliti ini akan menyebar kuesioner kepada para responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan sampel penelitian ini untuk dapat mengisi atau menjawab pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti. Setelah responden menjawab dan mengisi kuesioner, Langkah selanjutnya peneliti akan menghitung jumlah akhir dari kuesioner yang sudah dijawab kemudian dihitung keseluruhan untuk mengetahui hasil akhir yang sesuai dari penelitian. Metode survei adalah salah satu metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan berjenis eksplanatif. Tujuan dari menggunakan jenis penelitian eksplanatif dikarenakan untuk mencari adanya hubungan kausal atau sebab akibat. Pada penelitian ini, menggunakan jenis eksplanatif untuk mencari adanya hubungan antara variabel X yaitu “Pengaruh konten YouTube Ria Ricis” dengan variabel Y yaitu agresi verbal netizen.

Definisi operasional digunakan untuk memberikan penjelasan bahwa ada hubungan antara pengaruh konten terhadap agresi verbal netizen yang terdapat di dalam variabel penelitian. Variabel penelitian mengandung konsep pengaruh konten terhadap agresi verbal netizen yang berkaitan dengan variabel penelitian yang menggunakan skala likert. Lokasi dan waktu yang dilakukan pada penelitian ini, ialah dengan mengambil sampel pada media *platform* YouTube. Responden merupakan *subscriber channel* YouTube Ria Ricis, waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Januari-Juni 2020. Lokasi dilakukan penelitian pada akun YouTube milik Ria Ricis untuk melakukan proses data untuk pengisian kuesioner.

Populasi tidak hanya manusia tetapi dapat menjadi objek objek alam. Selain jumlah subjek atau objek, populasi juga mencakup keseluruhan karakteristik/karakteristik subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2017, p. 80). Populasi yang akan digunakan adalah unit analisis penelitiannya ialah individu dan identitas populasi dalam unit analisis penelitian ialah subscriber channel YouTube Ria Ricis yang berjumlah 19,5 juta pengikut atau *subscriber*. Teknik pemilihan sampel yang dipakai dalam penelitian ini *sampling non-probabilitas* ialah teknik *sampling purposif*. Cara ini dipilih dikarenakan, sampel ditentukan oleh kriteria- kriteria tertentu, seperti: subscriber atau pengikut channel Ria Ricis dan pernah menonton konten video “24 jam bareng cimoy kebongkar semua” serta menggunakan Rumus Slovin, yaitu 100 responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan: kuesioner, wawancara ataupun dokumentasi. Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data angket. Peneliti juga mendapatkan data yang

berasal dari website www.youtube.com yaitu pada salah satu video di *channel* YouTube Ria Ricis yang berjudul “24 jam sama cimoy kebongkar semua”. Peneliti mendapat data dan informasi dari berbagai referensi seperti buku, *e-journal*, *e-book*, dan *website* untuk menyempurnakan penelitian dan data dapat memudahkan penyusunan kuesioner dalam penelitian. Setelah dilakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner, maka data akan di uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment.

Sementara itu, reliabilitas berarti percaya diri. Dengan kata lain, jika hasil pengukuran relatif konsisten, dan jika alat ukur digunakan berulang kali oleh peneliti dan mantan peneliti yang sama, maka alat ukur tersebut dapat diandalkan (Kriyantono, 2020, p. 278). Metode reliabilitas yang dipilih oleh peneliti ialah Alpha Cornbach. Koefisien korelasi yang digunakan yaitu korelasi Pearson (Product Moment) digunakan dalam penelitian ini. Alasannya karena koefisien korelasi atau tingkat kekuatan hubungan dapat diketahui dan hubungan antar variabel dapat dibuktikan (Kriyantono, 2020, p. 34). Pada penelitian pengaruh konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen, penelitian ini memilih analisis regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial (seperti Facebook, YouTube, Twitter, Path, Instagram) adalah sebagian suatu *platform* yang memiliki peran ruang publik, dimana terdapat budaya demokrasi masyarakat dalam bertukar gagasan dan pendapat yang berlangsung disana. Dengan seseorang mengakses media sosial yang memiliki sifat menyebar ini, memberikan peluang bagi penggunanya dalam lingkup teknis untuk memproduksi beraneka ragam konten secara mandiri. Menyesuaikan dengan ide dan kreatifitas masing-masing pengguna (Permatasari, 2019, p. 2). Kemudian kemunculan media sosial YouTube, tidak heran bila YouTube menjadi salah satu media yang banyak digunakan masyarakat untuk bebas berekspresi dan berkreasi dengan mengunggah video mereka. Dikutip pada buku YouTube: Online Video and Participatory Culture (Burgess, Jean. Green, 2009, p. 4) terjadi pergeseran pada ide situs *web* YouTube yang pada awalnya adalah sebagai fasilitas penyimpanan pribadi untuk konten video ke *platform* untuk menekspresikan diri ke publik.

Seiring berjalannya waktu, hal negatif tersebut tidak hanya terdapat pada konten, tetapi juga terdapat pada tanggapan *audience* itu sendiri, salah satunya ialah komentar-komentar yang bermuatan ujaran kebencian yang terdapat kalimat-kalimat hujatan atau penghakiman, provokasi dan menghina. Konten video yang akan dibahas berjudul “24 Jam sama cimoy kebongkar semua”, adalah video berdurasi Dengan durasi video 12 menit 7 detik ini, Ria Ricis bersama seorang laki laki bernama Ary, melakukan tanya jawab dengan Cimoy montok di kediaman Ria Ricis. Pada video tersebut, keberlangsungan tanya jawab di lakukan sambil mengajak bermain Cimoy montok dan diselingi bercanda. Video “24 Jam bareng cimoy kebongkar semua” adalah kelanjutan dari video sebelumnya yang berjudul “Sisi baik cimoy montok ia berhak Bahagia” yang juga berisi konten tanya jawab. Terhitung hingga 1 April 2020, video tersebut telah mencapai 2,2 Milyar penonton. Dengan jumlah Like (Suka) yaitu 108.000 orang dan Dislike (Tidak suka) 6000 orang.

Teori SOR (*Stimulus Organism Response*) adalah teori yang di gunakan pada penelitian ini. Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi jadi unsur-unsur dalam model ini adalah Pesan (*Stimulus*, S), Komunikasi (*Organism*, O), dan Efek (*Response*, R). Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semuanya. Jadi apabila kita kaitkan teori dengan penelitian ini akan di dapatkan penjabaran sebagai berikut, dalam elemen teori SOR, ketiga elemennya memiliki keterkaitan dengan variabel X yaitu konten. penjelasannya sebagai berikut:

Stimulus terdapat pada isi konten atau isi pesan dari video “24 Jam sama cimoy kebongkar semua”, salah satunya pada proses tanya jawab, bercanda (ceng-cengan), kemudian tingkah laku

objek di dalam video tersebut. Pesan-pesan yang dipaparkan pada video tersebut, memicu rangsangan penonton untuk mencerna dan memahami isi pesan tersebut. Kemudian sikap objek di dalam video tersebut, misalnya saja bagaimana gaya bicara objek, sikap objek dalam memperlakukan orang sekitar, bagaimana menghargai orang sekitar, dsb. Intonasi suara yang dikeluarkan objek, musik, *background*, *editing* dan sebagainya yang berhubungan dengan teknis konten. Stimulus yang ditangkap akan berbeda pada setiap masing masing orang. Maka, akan sangat wajar bila didapatkan response atau penilaian yang berbeda-beda pula dari masing-masing orang.

Elemen *organism* terdapat pada si penangkap pesan atau komunikasi yaitu individu yang menonton video “24 Jam sama cimoy kebongkar semua”. Pada elemen ini, yang dapat terjadi perubahan sikap pada *organism* apabila stimulus yang menyerpa benar-benar melebihi semua. Menurut prof Dr. Mar’at mengatakan bahwa, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat dari Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap pada tiga variabel yaitu melalui perhatian, pengertian dan penerimaan (Effendy, 2018, p. 255). Ketika netizen menonton video, hal yang ia lakukan adalah memperhatikan videonya, mulai dari cara berbicara, memperhatikan pesan yang disampaikan dan menelaah pesan tersebut, lalu memperhatikan sikap objek yang terdapat di dalam video kemudian mendengar dan mengenali suara yang terdapat didalam video.

Elemen *response* pada teori SOR ini, memiliki keterkaitan dengan variabel Y yaitu ujaran kebencian. Ujaran kebencian adalah salah satu respon yang sudah jelas bila di dalamnya terdapat kata-kata tidak baik. Ujaran kebencian adalah Ujaran kebencian atau yang biasa disebut hate speech merupakan tindakan, yang bukan hanya berupa ucapan tetapi juga bisa berupa kata-kata. Disimpulkan bahwa ujaran kebencian adalah suatu salah satu reaksi atau bentuk tanggapan dari komunikasi atau penonton video “24 Jam sama cimoy kebongkar semua”.

Setelah dilakukan survey yang dilakukan sejak bulan April 2020 hingga bulan Juni 2020 dapat disimpulkan pada hasil survey tersebut ialah: mereka para responden setelah menonton video “24 jam sama cimoy kebongkar semua” mulai menyadari bahwa terdapat ujaran kebencian pada kolom komentar. Meskipun tidak banyak, namun ada beberapa komentar ujaran kebencian yang akhirnya mereka temui. Salah satu pemicu hal tersebut ialah karena faktor dari konten yang disuguhkan atau ditampilkan. Mulai dari cara menyampaikan pesan hingga ke isi pesan yang disampaikan. Karena ketika sebuah video terpublikasi ke media sosial, maka video tersebut akan menjadi santapan publik atau netizen. Netizen memiliki kebebasan dalam berkomentar hingga menggunakan bahasa dan kata-kata yang tidak dapat dipertanggung jawab pun bisa terjadi. Ujaran kebencian pun tidak hanya disasarkan karena konten saja, namun juga disasarkan pada orang yang terdapat di dalam video tersebut dengan segala hujatan netizen. Maka, bisa dikatakan bahwa siapa yang berada di dalam video akan berpengaruh terhadap komentar netizen.

Apabila yang terdapat di video adalah orang yang memiliki sensasi negatif, maka netizen akan berspekulasi dengan bebas. Komentar yang dipaparkan juga dapat menjadi pengaruh kepada netizen lain untuk melakukan komentar bermuatan ujaran kebencian. Faktor mengapa netizen melakukan ujaran kebencian bisa dikarenakan tidak suka dengan kontennya, objek yang ada di dalam video tersebut, dan juga karena informasi yang disampaikan bukan lah informasi yang bermanfaat dan tidak di butuhkan netizen. Untuk jenis kelamin yang sering melihat video atau *channel* YouTube Ria Ricis rata-rata adalah perempuan dengan usia di bawah 20 tahun.

Karena *channel* YouTube Ria Ricis bermuatan konten-konten yang menghibur dan memiliki pembahasan yang ringan sehingga mudah dimengerti dan pembawaan Ria Ricis yang ceria. Konten juga dikemas dengan semenarik mungkin, mulai dari judul yang menarik dan click bait karena menggunakan kata-kata yang membuat orang menjadi penasaran, contohnya saja pada video 24 jam sama cimoy kebongkar semua. Kemudian pada hasil editing yang diiringi *background* dan *sound effect* yang lucu, visual yang HD sehingga jelas dan menambah kesan menarik pada tampilannya dan yang tidak kalah menariknya juga adalah Ria Ricis selalu mengangkat tema dan topik pembahasann yang sedang hangat atau viral di jagat dunia maya.

Pada pertanyaan variabel X mengenai konten dari variabel X1-X7 yang dijawab para responden pada kuesioner ialah didominasi setuju, jawaban tersebut menyatakan bahwa konten memiliki pengaruh terhadap timbulnya ujaran kebencian. Responden menyetujui bahwa pada konten video “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terdapat sikap dari objek (Ria Ricis, Crew, dan Cimoy) yang memancing ujaran kebencian. Sikap tersebut salah satunya ialah terdapat tutur kata dan cara bercanda yang tidak sopan, terdapat pertanyaan Ria Ricis yang tidak pantas untuk ditanyakan pada bintang tamu. Kemudian informasi yang disampaikan dirasa tidak penting dan tidak dibutuhkan *audience*. Video dengan durasi 12 menit 8 detik adalah durasi yang terlalu panjang dan responden setuju, konten video tersebut aman disaksikan secara umum.

Kemudian dilanjutkan berdasarkan hasil jawaban dari pertanyaan pada variabel Y mengenai ujaran kebencian dari variabel Y1-Y10 yang didominasi dengan jawab setuju oleh responden. Responden menyetujui bahwa ujaran kebencian memang ada pada kolom komentar. Komentar ujaran kebencian tersebut adalah wujud tidak suka netizen terhadap konten video. Responden setuju bahwa komentar ujaran kebencian dilakukan berdasarkan fakta, namun terdapat juga responden yang tidak menyetujui hal tersebut. Karena pada pertanyaan tersebut, memiliki jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju dari pertanyaan lain yaitu sebanyak 18 responden. Kemudian ujaran kebencian pada kolom komentar dapat timbul karena dipicu reaksi emosional, dan salah satu bentuk pencemaran nama baik. Audience juga setuju apabila ujaran kebencian tersebut ditujukan kepada objek di video yaitu Ria Ricis, *crew* dan cimoy, serta pada konten dari segi kualitas konten. Dan pesan ujaran kebencian dapat memicu *audience* lain melakukan hal yang sama (ujaran kebencian).

Peneliti menggunakan teknik korelasi Pearson's Product Moment menggunakan SPSS 25, karena peneliti akan melihat ada atau tidaknya suatu hipotesis asosiatif antara H_0 ditolak atau memiliki hubungan hipotesis H_a diterima. Hasil analisis korelasi Pearson's Product Moment dengan tabel pertama dan kedua yaitu pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terhadap sikap ujaran kebencian netizen pada perhitungan *Pearson Correlation*: 0,614 dan sig-2 tailed 0,000 serta $N = 100$ responden.

Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan yang di dapatkan pada penelitian ini yaitu 0,614 yang artinya terdapat pengaruh yang kuat pada pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terhadap sikap ujaran kebencian netizen. Kemudian peneliti menggunakan signifikansi 0,05 yang berarti angka sig-2 tailed 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka, dinyatakan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup signifikan terhadap variabel X dengan variabel Y. Hasil analisis regresi linear sederhana yang didapatkan melalui perhitungan SPSS 25, yaitu nilai a constanta sebesar 16,283 dan nilai b pengaruh yang cukup pada pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” sebesar 0,692.

Rumus regresi linear sederhana yang digunakan mendapatkan simpulan bahwa variabel X atau variabel independen terhadap variabel Y atau variabel dependen yaitu dengan variabel X memiliki nilai 16,283 yang hasilnya positif dan berarti terdapat pengaruh yang positif dalam konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua”, serta variabel Y dengan nilai 0,692 apabila naik satu tingkat atau penambahan 1% terhadap nilai dependen maka nilai pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” bertambah menjadi 0,692. Sehingga hasil pada variabel nilai konstanta dan variabel X tidak dikatakan bersifat negatif dikarenakan nilai tersebut bersifat positif maka dapat membawa pengaruh kearah positif pada variabel X dan variabel Y.

Hasil analisis regresi linear sederhana telah diketahui bahwa terdapat pengaruh positif yang ada didalam Pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terhadap sikap ujaran kebencian netizen melalui kuesioner yang telah di sebarakan melalui google forms, kemudian peneliti melakukan uji koefisien determinasi untuk mencari seberapa besar kontribusi yang dilakukan pada variabel X. Hasil dari koefisien determinasi besarnya nilai korelasi atau R (hubungan) sebesar 0,614 dan diperoleh hasil nilai koefisien determinasi atau R Square yaitu 0,378

dengan presentase 37,8%. Hasil dari nilai R dan R Square tersebut mengartikan bahwa terdapat hubungan atas variabel Y atau variabel terikat “Ujaran Kebencian” dengan variabel bebas atau variabel X “Konten Video YouTube 24 jam sama cimoy kebongkar semua”, sedangkan sisa dari presentase adanya variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam berbagai pengaruh yang ada diluar penelitian tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh konten YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” sebanyak 37,8%.

Uji hipotesis atau uji t turut dilakukan dengan tujuan untuk melihat dengan signifikan apakah terdapat hipotesis asosiatif terhadap pengaruh variabel independent dengan variabel dependen. Sebelumnya hipotesis telah peneliti tuliskan di bab 2, peneliti menggunakan hipotesis untuk meneliti adanya hubungan sebab akibat dan diuraikan sebagai berikut:

Hipotesis (Ho): Pada konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” tidak terdapat pengaruh terhadap sikap ujaran kebencian netizen.

Hipotesis (Ha): Pada konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terdapat pengaruh terhadap sikap ujaran kebencian netizen.

Hasil nilai t hitung dan t tabel dengan taraf signifikan 0,05, didapatkan hasil dari nilai t hitung pada pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” sebesar 7,711 hasil tersebut didapatkan dari penelitian ke- 100 responden, setelah itu nilai t tabel 1,984 dengan $df = 100 - 2 = 98$. Berikut ini diuraikan pengambilan keputusan pada uji hipotesis:

Jika t-hitung > t-tabel = H0 ditolak dan Ha diterima..

Jika t-hitung < t-tabel = H0 diterima dan Ha ditolak

Maka dapat disimpulkan bahwa, t-hitung 7,711 > t-tabel 1,984 atau 7,711 lebih besar nilainya daripada 1,984 yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Pernyataan tersebut berdasarkan nilai t-hitung lebih besar dari pada nilai t-tabel. Nilai uji t dinyatakan terdapat pengaruh terhadap variabel dependen, dan adanya pengaruh konten video YouTube “24 jam sama cimoy kebongkar semua” terhadap sikap ujaran kebencian netizen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini terdapat hubungan kuat antara Pengaruh Konten YouTube Ria Ricis terhadap Perilaku Agresi Verbal Netizen, hal tersebut terbukti berdasarkan uji korelasi yang di ketahui bahwa $0,648 > 0,05$ dengan tingkat hubungan yang ada pada tingkat hubungan yang kuat. Peneliti juga dapat mengetahui besaran pengaruh Konten YouTube Ria Ricis terhadap Agresi Verbal Netizen, hal ini dapat di lihat berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dengan hasil presentase 42%. Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh konten YouTube Ria Ricis memiliki pengaruh yang cukup dengan tingkat hubungan terhadap agresi verbal netizen. Maka dari penjelasan tersebut peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa konten YouTube Ria Ricis dapat mempengaruhi netizen untuk melakukan agresi verbal.

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan batasan masalah yang ada yaitu penelitian hanya membatasi untuk mencari pengaruh konten YouTube Ria Ricis terhadap agresi verbal netizen yaitu pada konten YouTube Ria Ricis khususnya pada video “24 jam sama cimoy kebongkar semua”, dinyatakan bahwa video memiliki kekurangan pada teknik pengambilan gambar, editing, dan ada bagian video yang tidak disensor karena masih ada bagian adegan yang kurang sopan. Kemudian juga pada aspek suara atau audio di video tersebut masih terdapat *nois*, *sound effect* yang dirasa mengganggu dan terdapat pelafalan kata yang kurang sopan.

Namun demikian, konten video dinilai masih dapat dinikmati oleh segala usia, jenis konten masuk kedalam konten hiburan, namun durasi video dianggap terlalu panjang. Kemudian pada tindakan agresi verbal yang terdapat pada kolom komentar video, komentar- komentar tersebut bermuatan komentar yang menjadikan subjek sebagai topik dengan menyinggung, merendahkan, kritik dan opini, juga terdapat komentar yang tidak memiliki alasan jelas atau hanya iseng saja berkomentar negatif. Penyebab dari adanya komentar bermuatan agresi verbal dikarenakan video dikatakan kurang menghibur, netizen tidak menyukai perilaku dan cara bicara subjek, serta tidak menyukai konsep video “24 jam sama cimoy kebongkar semua”.

REFERENSI

- Afriany, F., Alfarisi, I., & Sofa, A. (2019). Agresif Verbal di Media Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*. 3(3): 23–30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3596992>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP).
- Chamberlain, D. (2010). YouTube: Online Video and Participatory Culture, by Jean Burgess and Joshua Green. *Journal Popular Communication*. 8(1): 96–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15405700903502312>
- Delliana, A. S., & Wibowo, A. M. (2019). Bigo Live: Ethical Degradation in Communication (A Critical Study of Communication in a Computer- Mediated Communication Perspective). In *Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)*. Atlantis Press. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.200515.015>
- Jayani, D. H. (2019). 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Permatasari, I. A., & Wijaya, J. H. (2019). Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(1), 27–41. Retrieved from <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1539357&val=14475&title=IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DALAM PENYELESAIAN MASALAH UJARAN KEBENCIAN PADA MEDIA SOSIAL>
- Ricis, R. (2019a). 24 JAM SAMA CIMOY KEBONGKAR SEMUA.. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=vhH63T2yxqg>
- Ricis, R. (2019b). Ricis Official. Retrieved from https://www.youtube.com/channel/UC4tS4Q_Cno5JVcIUXxQOOOpA
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Websindo. (2019). Indonesia Digital 2019: Media Sosial. Retrieved from <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>