

  
**MOTIF *FOLLOWERS* MEMBERIKAN KOMENTAR AGRESIF  
MELALUI AKUN PALSU PADA POSTINGAN ARTIS DI AKUN  
INSTAGRAM @LAMBETURAH\_OFFICIAL**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama: Annissa Lathifa

NIM: 1606015203

Peminatan: Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADYAH PROF. DR HAMKA**  
**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annissa Lathifa  
NIM : 1606015203  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : *Public Relation*  
Judul Skripsi : *Motif Followers* memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis di Akun Instagram @LambeTurah\_official

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 22 April 2020

Yang Menyatakan

Tanda Tangan

**Annissa Lathifa**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Motif *Followers* Memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis di Akun Instagram @*LambeTurah\_official*  
Nama : Annissa Lathifa  
NIM : 1606015203  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Maryono Basuki, M.Si.  
Tanggal: .....

Rita Pranawati, S.S., MA.  
Tanggal: .....



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Motif *Followers* memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis di Akun Instagram @LambeTurah\_official

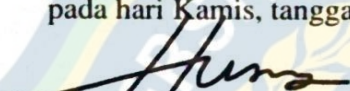
Nama : Annissa Lathifa

NIM : 1606015203

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : *Public Relation*

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 27 Agustus 2020, dan dinyatakan LULUS.

  
**Husnan Nurjuman, S.Ag., M. Si**

Penguji I

Tanggal: .....

  
**Drs. Daniel Fernandez, M.Si**

Penguji II

Tanggal: .....

  
**Dr. Maryono Basuki, M.si**

Pembimbing I

Tanggal: 28.09.20 .....

  
**Rita Prangwati, SS, MA**

Pembimbing II

Tanggal: .....



Mengetahui,  
Dekan

**Dra. Tellys Corliana, M. Hum**

## ABSTRAK

**Judul Skripsi** : **Motif Followers memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis di Akun Instagram @LambeTurah\_official**

**Nama** : **Annissa Lathifa**

**NIM** : **1606015203**

**Program Studi** : **Ilmu Komunikasi**

**Peminatan** : **Hubungan Masyarakat**

**Halaman** : **122 + xvi halaman + 17 tabel + 6 gambar + 5 lampiran**

Seperti yang kita ketahui belakangan ini, teknologi berbasis internet hampir sering digunakan salah satunya lewat instagram, kita bisa mengetahui informasi seperti berita terbaru. Sejumlah informasi yang dibagi dalam akun Instagram @LambeTurah\_official postingan tentang artis. Tak lepas dari komentar dari *followers* @LambeTurah\_official memberikan komentar-komentar agresif yang bermacam-macam bentuknya, mulai dari hinaan, cemoohan, ujaran kebencian di akun Instagram @LambeTurah\_official. Melalui akun palsu *followers*@LambeTurah\_official memberikan komentar agresif agar tidak diketahui identitasnya, mayoritas pengguna akun palsu ingin memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan dirinya di media *social*.

Peneliti meneliti tentang motif followers memberikan komentar agresif melalui akun palsu pada postingan artis di akun Instagram @LambeTurah\_official. Tujuan peneliti dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif followers memberikan komentar agresif melalui akun palsu pada postingan artis di akun Instagram @LambeTurah\_official.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*. Penelitian ini menggunakan paradigma *positivism* dan pendekatan kuantitatif dengan metode *survey*. Responden dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @LambeTurah\_official yang berjumlah 100 orang (*followers*)

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @LambeTurah\_official dalam memberikan komentar agresif melalui Akun Palsu pada postingan artis tersebut berada pada kategori motif sedang (62%) cenderung tinggi (21%). Modus (frekuensi mayoritas) terdapat pada motif sedang cenderung tinggi dengan persentase (62%). Kolmogorov-Smirnov pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,157 lebih besar dari 0,05 maka data layak digeneralisasikan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL (COVER).....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Pembatasan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.5 Signifikansi Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Signifikansi Akademis.....</b>	<b>10</b>

2. Signifikansi Metodologis.....	11
3. Signifikansi Sosial.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
1. BAB I. PENDAHULUAN.....	11
2. BAB II. KERANGKA TEORI ATAU PEMIKIRAN.....	11
3. BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Paradigma Penelitian .....	15
2.3 Komunikasi.....	17
231 Definisi Komunikasi.....	17
232 Model Komunikasi.....	18
233 Elemen Komunikasi.....	21
234 Fungsi Komunikasi .....	22
235 Konteks Komunikasi .....	25
2.4 Komunikasi Massa.....	29
241 Pengertian Komunikasi Massa .....	29
242 Karakteristik Komunikasi Massa .....	30
243 Fungsi Komunikasi Massa .....	31
244 Efek Komunikasi Massa.....	32
2.5 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	34
251 Motif .....	37
252 Teori Psikologi Humanistik Maslow .....	39

2.6 Media Baru.....	41
2.7 Media Sosial.....	43
2.8 Instagram.....	45
281    Fitur-fitur Instagram.....	46
282    Pengikut Instagram (Followers) .....	46
283    Lambe Turah.....	48
2.9 Akun Palsu ( <i>Fake Account</i> ).....	50
2.10 <i>Agresivitas Verbal</i> .....	53
2.11 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	54
2111    Definisi Konsep.....	54
2112    Definisi Operasional.....	57
2.12 Bagan Kerangka Teori Pemikiran.....	67
<b>BAB III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>68</b>
3.1 Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian .....	68
3.1.1    Pendekatan Penelitian.....	68
3.1.2    Prespektif Penelitian .....	70
3.1.3    Metode Penelitian .....	71
3.1.4    Jenis Penelitian .....	71
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	72
321    Populasi .....	72
322    Sampel .....	72
323    Teknik Pengambilan Sampel.....	74
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	74



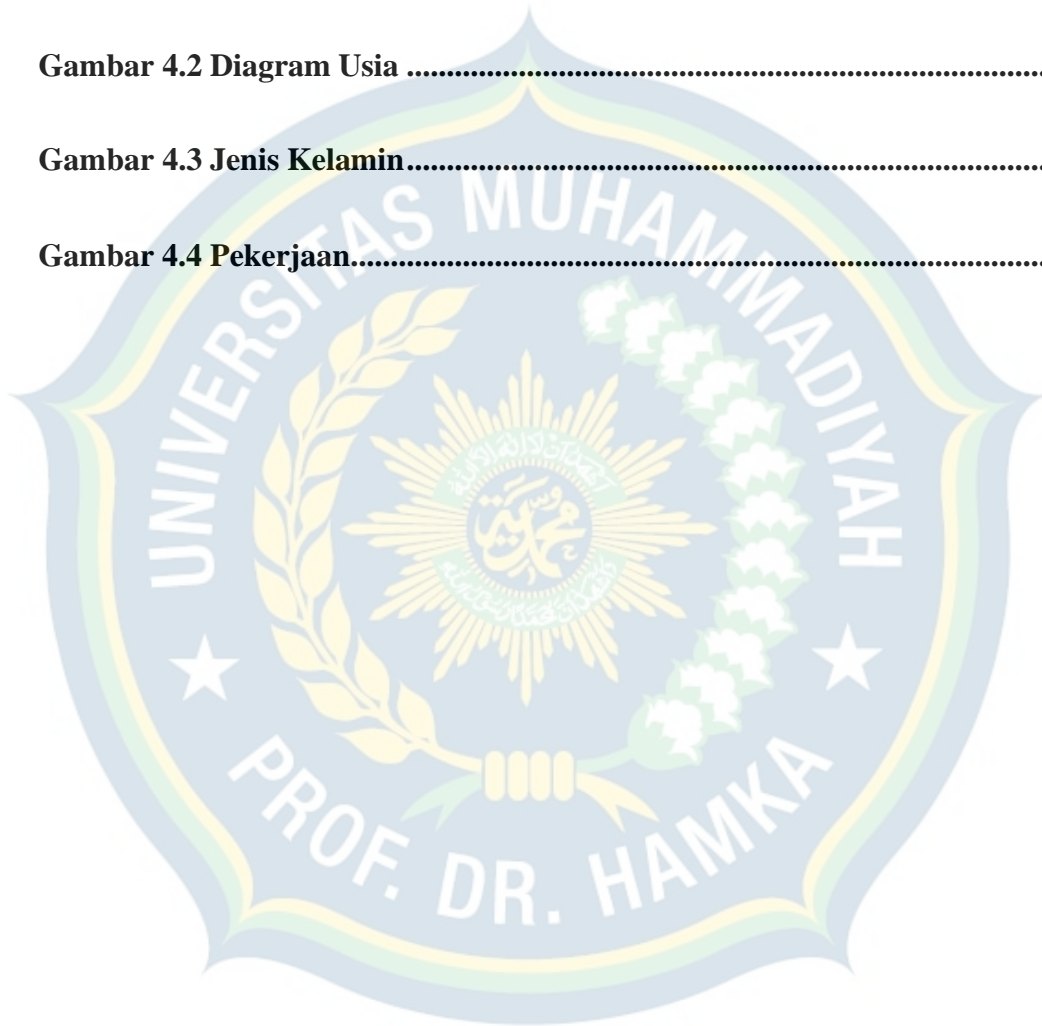
3.3.1 Kuesioner (Angket) .....	74
3.4 Uji Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian .....	75
3.5 Metode Analisis Data .....	80
3.6 Bagan Alur Penelitian.....	81
3.7 Waktu Penelitian.....	82
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>82</b>
4.1 Profil Penelitian Objek.....	82
4.1.1 Akun Lambe Turah <i>Official</i> .....	82
4.1.2 Akun palsu ( <i>Fake account</i> ) .....	84
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Identitas Responden .....	85
4.3 Pembahasan.....	104
4.3.1 Motif Followers memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis di Akun Instagram @LambeTurah_official.....	104
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran- saran .....	108
5.2.1 Saran Akademis .....	108
5.2.2 Saran Metodologi.....	109
5.2.3 Saran Sosial .....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Model Komunikasi <i>Uses and Gratification</i> .....	20
Tabel 2.3 Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	36
Tabel 2.4 Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 2.5 Bagan Kerangka Pemikiran.....	67
Tabel 3.1 <i>Case Processing Summary</i> .....	76
Tabel 3.2 Item-Total Statistics .....	77
Tabel 3.3 Relibility Statistics .....	79
Tabel.3.4 Bagan Alur Penelitian .....	81
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	82
Tabel 4.1 Usia .....	86
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	87
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	88
Tabel 4.4 Uji Normality <i>Case Processing Summary</i> .....	89
Tabel 4.5 Tabel Items Skor .....	90
Tabel 4.6 Dimensi Frekuensi.....	102
Tabel 4.7 Dimensi.....	103

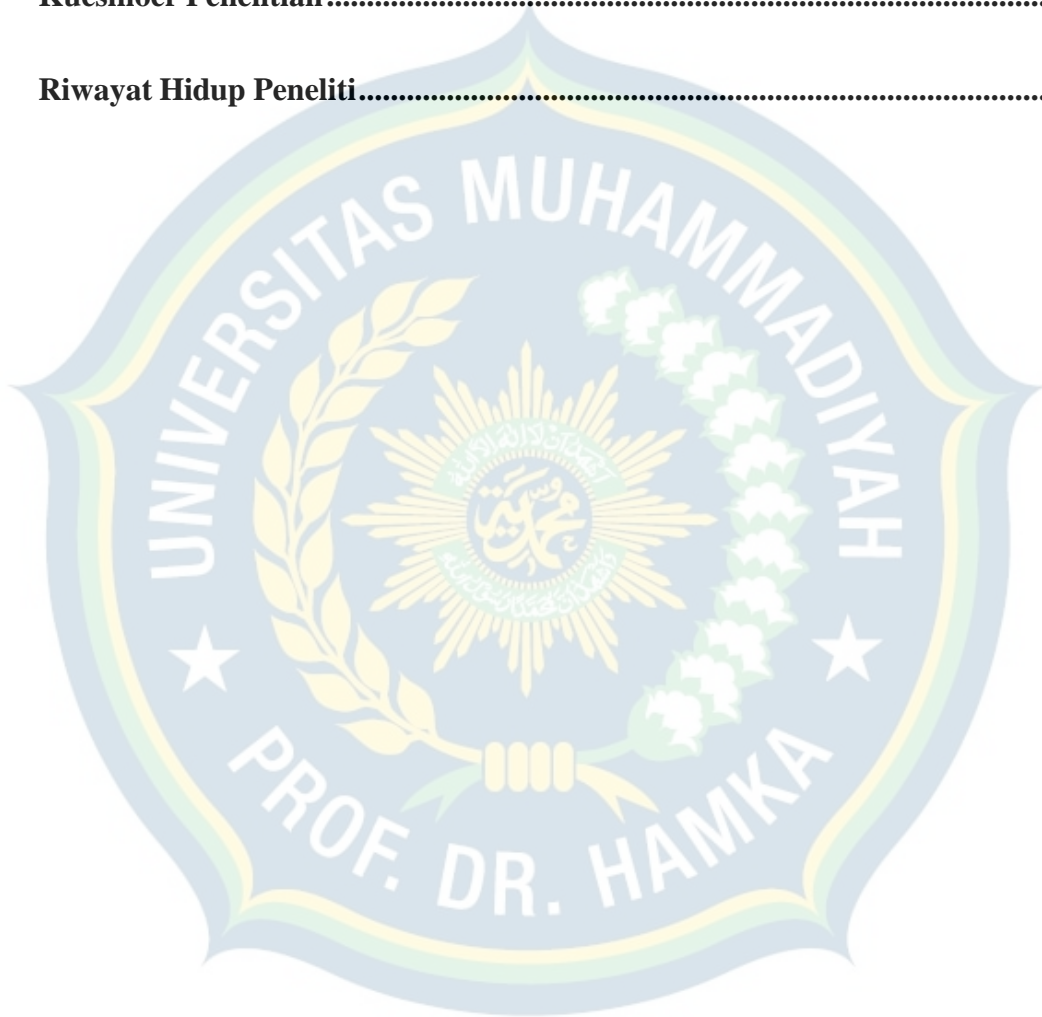
## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2.1 Akun Lambe Turah.....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 4.1 Akun Lambe Turah.....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 4.2 Diagram Usia .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 4.3 Jenis Kelamin.....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.4 Pekerjaan.....</b>	<b>88</b>



## LAMPIRAN

<b>Gambar 01</b> Penyebaran angket melalui dm Instagram .....	114
<b>Gambar 02</b> Lembar Persetujuan.....	115
<b>Gambar 03</b> Hasil Turnitin.....	116
<b>Kuesinoer Penelitian</b> .....	118
<b>Riwayat Hidup Peneliti</b> .....	130







## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat secara umum. Kebutuhan akan internet sudah sangat tinggi, terutama di kota-kota besar yang sudah terfasilitasi oleh provider jaringan-jaringan internet. Masyarakat bisa mengakses berbagai informasi sesuai dengan kebutuhannya hanya dengan browsing melalui internet. Zaman sekarang, internet tidak hanya digunakan untuk kegiatan atau keperluan khusus saja, namun sudah menjadi kebutuhan hidup semua orang dari berbagai kalangan sosial dan juga berbagai umur yang sudah mengerti cara menggunakannya. Seperti yang kita ketahui belakangan ini, teknologi berbasis internet hampir digunakan dalam segala hal, dari pekerjaan perkantoran, pendidikan, perdagangan, dan juga pergaulan.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang

memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Cahyono, 2016).

Media jejaring sosial seperti twitter, path, instagram, atau facebook memang sulit dipisahkan dari kehidupan seseorang. Media tersebut banyak digunakan untuk mengetahui informasi. Selain itu informasi lain yang didapatkan Instagram juga dapat memberikan hiburan bagi penggunanya. Media sosial menjadi primadona baru pada perkembangan media yang semakin berkembang pada saat ini.

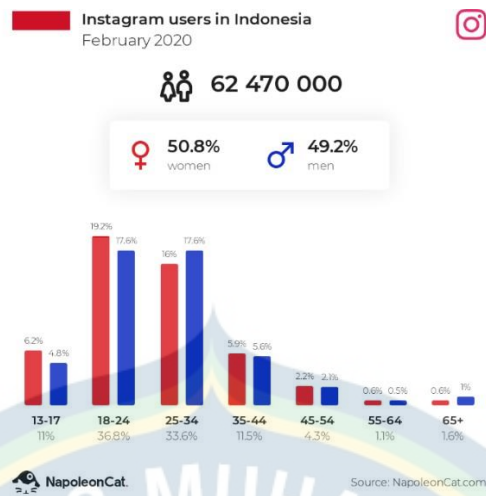
Salah satunya Instagram merupakan *media social* yang banyak diminati di Indonesia. Berikut adalah negara yang menduduki peringkat 4 besar dengan jumlah pengguna instagram terbanyak di Dunia yang jika diurutkan adalah:

1. Amerika Serikat -- total pengguna 110 juta atau 33.44 persen dari total populasi.
2. Brasil -- total pengguna 66 juta atau 31.38 persen dari total populasi.
3. India -- total pengguna 64 juta atau 4.68 persen dari total populasi.
4. Indonesia -- total pengguna 56 juta atau 20.97 persen dari total populasi.<sup>1</sup>

### **Gambar 1.1**

#### **Pengguna Instagram di Indonesia**

<sup>1</sup> <https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> diakses pada 21 April 2020 pukul 12.27 PM.



Sumber(<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/02> diakses pada 21 April 2020, pukul 12.36 PM)

Pengguna Instagram di Indonesia Februari 2020 Ada 62 470 000 pengguna Instagram di Indonesia di Februari 2020 , yang menyumbang 22,9% dari seluruh penduduknya. Mayoritas dari mereka adalah wanita - 50,8%. Orang berusia 18 hingga 24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar ( 23.000 000 ). Tertinggi perbedaan antara pria dan wanita terjadi dalam orang berusia 25 sampai 34 , di mana laki-laki memimpin dengan 1 000 000.<sup>2</sup>

Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup populer di Indonesia dan menempati posisi kedua sebagai media sosial yang paling diminati setelah Facebook. Pada tanggal 8 Februari 2016, Instagram membuat pengumuman bahwa penggunanya bisa berganti akun dengan cepat pada lebih dari satu akun Instagram sekaligus. Pihak Instagram sendiri membolehkan para penggunanya untuk mengakses hingga lima akun Instagram dalam satu perangkat.

<sup>2</sup> <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/02> diakses pada 21 April 2020, pukul 12.36 PM



Fitur pergantian akun ini memberikan banyak keuntungan bagi pengguna, salah satunya yaitu kemudahan dalam melakukan stalking akun pengguna lain. Bahkan tidak jarang, para pengguna rela untuk membuat *fake account* agar dapat mempermudah kegiatan *stalking* (Apriliana, 2018). Instagram sebagai media sosial yang saat ini marak digunakan baik seperti yang disebutkan pada penjelasan sebelumnya bahwa Instagram banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa maupun kalangan umum, tidak luput dari beberapa kekurangan. Sama seperti media sosial lainnya Facebook dan Twitter, Instagram juga rawan adanya komentar negative dan positif. Masyarakat menggunakan media social tentunya ada dorongan atau motif.

Tahun 2018 menandai perjalanan yang sudah cukup panjang bagi mayoritas masyarakat Indonesia dalam hal mengakses internet. Jika dulu begitu panjang proses sampainya satu berita dari satu tempat ke tempat lain, kini masyarakatnya perlu menggunakan Instagram atau akun sosial media lainnya yang mereka gunakan untuk memotret atau merekam story yang dapat mereka bagikan hanya dalam hitungan detik. Kecepatan alir informasi lewat internet seakan tak bisa dibendung dan kini berita atau informasi dari internet seakan telah menjadi makanan sehari-hari. Fenomena alir informasi tersebut juga dibarengi dengan alir pendapat, respons, atau komentar yang diberikan terhadap suatu hal. Pada masa lalu seseorang yang ingin opininya dapat tersebar luas di khalayak lewat media mungkin harus menunggu beberapa hari atau bahkan seminggu agar opininya dapat termuat di media massa cetak seperti koran. Sekarang, dalam hitungan detik, masyarakat dapat memposting atau memublikasikan komentarnya atau opininya terhadap suatu

hal pada internet. Mereka dapat melakukannya pada laman-laman blog seperti Wordpress, Blogger, dan sejenisnya. Di sisi lain, masyarakat juga dengan mudah dapat memanfaatkan kolom komentar pada media sosial, dan hal tersebut dipahami lebih mudah ketimbang harus melewati langkah-langkah yang lebih panjang saat mempublikasikan tulisan via blog.

Komentar-komentar masyarakat banyak yang positif dan mengandung nilai-nilai kebaikan. Namun, tak bisa dipungkiri bahwa banyak pula warganet (sebutan bagi para pengguna internet) yang mengirimkan komentar-komentar agresif yang bermacam-macam bentuknya, mulai dari hinaan, cemoohan, ujaran kebencian, atau bahkan sampai perisakan (cyber bullying). Komentar-komentar agresif tersebut seakan merasa benar sendiri dan menyalahkan suatu hal yang dikomentarnya. Tak ayal kala ini muncul istilah "mahabener warganet/netizen dengan segala komennya". Hal tersebut setelah ditelusuri oleh penulis dan atas artikel-artikel lain yang penulis jadikan acuan, ternyata dilakukan oleh oknum- oknum warganet yang tak jelas identitasnya. Akun-akun yang mereka gunakan biasanya adalah akun-akun kosong yang, misalnya pada Instagram, ketika dicek maka tidak ada postingan sama sekali dan jumlah pengikut akunnya bahkan mencapai angka nol (tidak ada sama sekali). Akun-akun bodong tersebut kemudian digunakan untuk melancarkan aksi komentar negatif pada banyak tempat, yang kemudian memancing komentar warganet lainnya dan menimbulkan "kericuhan".<sup>3</sup>

---

3

<https://www.kompasiana.com/rifkimujahid6649/5b8aba37ab12ae53e637ff84/feno>

Salah satunya sejumlah informasi yang dibagi dalam akun Instagram @lambe turah\_official pada postingan artis tak lepas dari komentar yang diberikan followers @lambe turah\_official yang memberikan komentar agresif bermacam-macam mulai dari hinaan, cemoohan, ujaran kebencian di akun Instagram @lambe turah\_official. Melalui akun palsu followers lambe turah\_official memberikan komentar agresif agar tidak diketahui identitasnya, mayoritas pengguna akun palsu ingin memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan dirinya di mediasosial.

*Fake account* ataupun akun palsu, merujuk pada pemaknaan yang selaras, yaitu akun tidak asli. Akun fiktif ini artinya data-data yang digunakan oleh para pemalsu akun adalah data-data milik orang lain. Data-data yang digunakan oleh pemalsu akun ini meliputi nama, foto, dan lainnya. Asal muasal maraknya penggunaan fake account di Instagram ini didukung oleh fitur multiple accounts yang dihadirkan Instagram. Fitur multiple accounts memungkinkan pengguna Instagram untuk log in dengan lebih dari satu akun. Maka dari itu, setelah kemunculan fitur ini, penggunaan fake account di Instagram melonjak tinggi (Fauziyyah, 2019).

Mayoritas pengguna fake account ingin memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan dirinya di media sosial. Tidak jarang pula hanya demi stalking akhirnya terbitlah fake account di Instagram. Tentu saja pengguna model ini hanya

---

mena-komentar-negatif-oleh-warganet-indonesia?page=all diakses pada Rabu, 15 Januari 2020, pukul 2.06 pm

bertujuan untuk mengulik informasi dan hanya sekedar hiburan bagi kehidupan orang lain tanpa resiko ketahuan (Fauziyyah, 2019).

Sejumlah informasi yang dibagi dalam akun anonim Lambe Turah di Instagram saat ini menjadi sumber informasi bagi banyak orang untuk mendapatkan informasi hingga hal-hal lain yang viral di sosial media. Televisi seolah tak lagi menjadi sumber media utama menggali referensi, karena keterbatasan waktu. Sementara di media sosial, dengan membuka akun anonim Lambe Turah di Instagram, sejumlah informasi yang sedang ramai dibicarakan dengan cepat telah terposting di akun tersebut (Kurnia, 2017).

Dalam dunia sosial hal-hal yang bertentangan seperti itu, yaitu komentar positif dan komentar agresif, amat lumrah terjadi, namun sayangnya penyikapan warganet dalam memberikan komentar saat ini dirasa masih kurang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan sssmasih banyaknya komentar-komentar agresif pada internet. Padahal, sesuatu yang dikomentari secara agresif itu belum tentu negatif (seperti yang disampaikan pada komentar), dan seharusnya diberi apresiasi.

Fenomena komentar agresif warganet Indonesia sudah sepatutnya dapat menjadi bahan evaluasi , warganet lainnya, yang bila telah sadar akan tiadanya dampak yang baik yang dihasilkan oleh komentar agresif tersebut, maka tidak akan melakukan komentar negatif terhadap suatu hal. Warganet diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan jempolnya atau jari-jari tangannya ketika hendak berkomentar terhadap suatu hal. Komentar-komentar yang muncul diharapkan



adalah komentar positif yang dapat membangun sesuatu untuk menjadi lebih baik ke depannya.<sup>4</sup>

Lambe Turah mulai dikenal sejak media sosial banyak digunakan masyarakat. Salah satu akun gosip di Instagram yang terkenal adalah @lambeturah\_official Akun yang memiliki slogan ‘Gosip Hanyalah Fakta yang Tertunda’ ini menjadi ikon gosip di dunia hiburan. Selain memberikan gosip para selebriti, @lambeturah\_official menjadi idola baru dan selalu dirujuk untuk mendapatkan informasi terkini, ataupun hiburan mengenai orang terkenal (Juditha, 2018).

Karena memiliki followers yang banyak sehingga menjadi modal utama untuk promosi produk atau jasa di akun ini. Namun disisi lain permasalahan timbul antara lain berita-berita yang disebarakan belum tentu semua benar. Meskipun sifat beritanya terkini, namun karena dikomentari oleh para followers justru menjadi ajang gibah, ujaran kebencian dan kadang berujung dengan pertengkaran baik antara selebritis yang bersangkutan dengan netizen atau para pendukung maupun haters (pembenci) selebriti (Juditha, 2018).

Fenomena ini memunculkan perubahan perilaku pengguna internet yang semakin lama hal tersebut menjadi sebuah kebiasaan yang tidak lagi sesuai dan tidak etis. Akun gosip ini semata-mata hanya mementingkan keuntungan belaka dengan menguak privasi orang tanpa memikirkan implikasi dan reaksi masyarakat

---

4

<https://www.kompasiana.com/rifkimujahid6649/5b8aba37ab12ae53e637ff84/fenomena-komentar-negatif-oleh-warganet-indonesia?page=all> diakses pada Rabu, 15 Januari 2020, pukul 2.06 pm

akibat hal tersebut sehingga menimbulkan followers dari @lambeturah\_official meninggalkan komentar agresif dan positif melalui akun palsu (*fake account*) (Juditha, 2018).

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak alasan-alasan diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Pramiyanti, 2017). Motif yang berada pada penelitian ini adalah motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Motif Identitas pribadi untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, untuk menemukan model perilaku, untuk mengidentifikasi diri, untuk meningkatkan pemahaman pada diri sendiri. Motif integrasi dan interaksi sosial untuk menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial. Dan motif hiburan untuk penyaluran emosi.

Peneliti ingin meneliti followers @LambeTurah\_official yang memberikan komentar agresif melalui akun palsu agar tidak diketahui identitasnya, mayoritas pengguna akun palsu ingin memperoleh kebebasan dalam mengekspresikan dirinya di media sosial. Berikut merupakan contoh akun palsu @alxxhxx @samsungmesincuci3 @qkqkqia @skin0807.

Dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik membahas motif *followers* yang berkomentar agresif melalui akun palsu nya, sehingga membuat ujaran kebencian di akun tersebut.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Motif *Followers* memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis Instagram @LambeTurah\_official”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

Apakah Motif *Followers* memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis Instagram @LambeTurah\_official ?

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah di uraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Motif
2. Followers
3. Komentar agresif
4. Akun Palsu ( *FAKE ACCOUNT* )
5. Instagram
6. LambeTurah

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Motif Followers memberikan Komentar Agresif melalui Akun Palsu pada Postingan Artis Instagram @LambeTurah\_official.

### **1.5. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

#### **1. Signifikansi Akademis**

Melalui penelitian yang seperti ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat dan wawasan dalam segi ilmu komunikasi serta dalam bidang kajian teori uses and gratification yang akan digunakan untuk mengembangkan masalah dalam penelitian kuantitatif

## 2. Signifikansi Metodologis

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif merupakan meneliti dengan cara obyektif sesuai dengan keadaan di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan fakta-fakta yang akurat mengenai motif followers memberikan Komentar agresif melalui akun palsu terhadap postingan artis instagram lambe turah. Diharapkan menjadi refrensi untuk menambah wawasan dalam metode penelitian survei.

## 3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah pengetahuan dan bermanfaat untuk masyarakat umum.

### 1.6. Sistematika Penulisan

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti, beserta rumusan masalah yang akan diteliti, pembatasan masalah penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II. KERANGKA TEORI ATAU PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijabarkan tentang paradigma Positivisme, hakekat komunikasi, teori , komunikasi massa, teori penelitian.

#### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Deskripsi Obyek Penelitian, Hasil Penelitian, Pembahasan

#### **BAB V. PENUTUP**

Kesimpulan dan Saran.



## Daftar Pustaka

### Buku

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Ardianto, Elfinaro, dkk. 2014. *Komunikasi Massa*, Bandung: Simbiosis Rckatama Media.
- B. Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media grup
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Mc Quail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, edisi kedua : Jakarta Erlangga
- Mulyana, Deddy, 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nanang Martono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP.
- Nurudin, 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sarlito W. Sarwono. 2012. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA, cv

## E-Jurnal

- Pramiyanti, A., Putri, I. P., & Nureni, R. (2017). Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 6(2), 95-103.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- FAUZIYYAH, S. N. (2019). PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNA FAKE ACCOUNT DI INSTAGRAM (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Kurnia, A. (2018). Fenomena Akun Anonim di Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah). *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 7(2), 180-189.
- Juditha, C. (2018). Hegemoni Media Sosial: Akun Gosip Instagram@ Lambe\_Turah. *Sosial Media Hegemony: Gosip Instagram Account@ Lambe\_Turah. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol*, 22(1), 16-30.
- Mutiara Fatima, A. (2019). *PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UPN "VETERAN" YOGYAKARTA DALAM MENGAKSES INSTAGRAM STORIES* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta).
- Utomo, D. A. (2013). Motif pengguna jejaring sosial Google+ di Indonesia. *Jurnal e-komunikasi*, 1(3).
- Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal e-Komunikasi*, 4(2).

- Chaq, M. C., Suharnan, S., & Rini, A. P. (2018). Religiusitas, Kontrol Diri dan Agresivitas Verbal Remaja. *FENOMENA*, 27(2).
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal e-Komunikasi*, 4(2).
- Monanda, R., & Nurjanah, N. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram@ Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di kalangan Followers Remaja* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Dika Apriliana.(2018). MOTIF MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN FAKE ACCOUNT INSTAGRAM (Studi Kualitatif Mengenai Motif Mahasiswa FISIP UNS Dalam Menggunakan Fake Account di Media Sosial Instagram). Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Oktafanisa, U. (2018). AKUN GOSIP LAMBE TURAH DI INSTAGRAM (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Hikma, N. (2017). Aspek Psikologis Tokoh Utama Dalam Novel Sepatu Dahlan Karya Khrisna Pabichara (Kajian Psikologi Humanistik Abraham Maslow). *Jurnal Humanika*, 3(15).

## Skripsi

Dini Nur Auliya, 2018. Motif subscriber channel youtube kokiku TV menonton tutorial memasak di *channel youtube* kokiku tv. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Halik, A. (2013). Komunikasi Massa.

Nurchayani, E. (2018). PENGARUH FITUR INSTAGRAM STORIES TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015 dan 2016).

Hidayat, R. 2018. Persepsi Followers Terhadap Kualitas Informasi Di Polda Lampung (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ Halo\_Polda\_Lampung).

## Website

<https://www.kompasiana.com/rifkimujahid6649/5b8aba37ab12ae53e637ff84/fenomena-komentar-negatif-oleh-warganet-indonesia?page=all> diakses pada Rabu, 15 Januari 2020, pukul 2.06 PM.

[https://www.instagram.com/lambeturah\\_official/](https://www.instagram.com/lambeturah_official/) pada 3 Maret 2020, pukul 2.38 PM.

<https://buletin.k-pin.org/index.php/daftar-artikel/477-akun-palsu-di-media-sosial-dalam-kaitannya-dengan-deindividuasi> pada 21 April 2020, pukul 10.16 AM.

<https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> diakses pada 21 April 2020 pukul 12.27 PM.

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/02> diakses pada 21 April 2020, pukul 12.36 PM.