

Pengaruh Komentar Netizen Terhadap Citra Diri Dan Reputasi Sosial Media Pada Akun Instagram Nathalie

Deni Hermawan¹, Syarifuddin S. Gassing²

Universitas Persada Indonesia

E-mail: 2264290001_deni@upi-yai.ac.id¹, syarifuddin.sg@upi-yai.ac.id²

ABSTRAK

Media sosial menjadi platform yang penting bagi pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara daring. Dalam media sosial, komentar netizen memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi pengguna tentang diri mereka dan mempengaruhi emosi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial. Teori yang digunakan yaitu teori identitas social. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui pemberian kuesioner daring kepada pengguna media sosial. Responden dalam penelitian ini dipilih secara acak dari berbagai kelompok usia dan latar belakang. Variabel yang diukur meliputi komentar netizen, citra diri, dan reputasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar netizen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra diri media sosial. Komentar yang positif dan dukungan dari netizen cenderung meningkatkan citra diri, sementara komentar negatif atau pelecehan dapat merusak citra diri. Selain itu, komentar netizen juga berdampak pada reputasi media sosial. Komentar yang mengandung dukungan dan apresiasi cenderung meningkatkan emosi positif pengguna, sementara komentar yang merendahkan atau mengejek dapat memicu emosi negatif seperti marah atau sedih. Penelitian ini memiliki implikasi penting dalam memahami dinamika interaksi sosial di media sosial. Menyadari pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial dapat membantu pengguna untuk mengelola respons mereka terhadap komentar yang mereka terima, serta mendorong komentar yang positif dan konstruktif di lingkungan media sosial.

Kata kunci : komentar netizen, citra diri, reputasi, media sosial, interaksi sosial

ABSTRACT

Social media has become an important platform for users to interact and share information online. In social media, netizen comments play a key role in shaping users' perceptions of themselves and influencing their emotions. This study aims to investigate the influence of netizen comments on social media image and reputation. The theory used is social identity theory. The research method uses a quantitative approach with data collection through administering online questionnaires to social media users. Respondents in this study were randomly selected from various age groups and backgrounds. The variables measured include netizen comments, self-image, and reputation. The results showed that netizen comments have a significant influence on social media self-image. Positive and supportive comments from netizens tend to enhance self-image, while negative or harassing comments can damage self-image. In addition, netizen comments also have an impact on social media reputation. Comments that contain support and appreciation tend to increase users' positive emotions, while comments that demean or ridicule can trigger negative emotions such as anger or sadness. This research has important implications for understanding the dynamics of social interactions on social media. Recognizing the influence of netizen comments on social media image and reputation can help users to manage their responses to the comments they receive, as well as encourage positive and constructive comments in social media environments.

Keyword : netizen comments, self-image, reputation, social media, social interaction

1. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial telah mengalami pertumbuhan pesat dalam dekade terakhir, menjadi platform yang sangat populer untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara daring. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam berbagai komunitas daring, memberikan suara mereka, dan berbagi pengalaman mereka dengan dunia. Dalam konteks ini, komentar netizen, yaitu komentar yang diberikan oleh pengguna lain di media sosial, menjadi unsur yang signifikan dalam lingkungan digital.

Menurut pendapat Subarjo & Setianingsih (2020) tidak dapat dipungkiri bahwa kecanggihan dan kemajuan teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat. Hadirnya *smartphone* yang semakin marak di pasaran serta kemudahan akses internet yang menjadikannya menjadikan pengguna dapat mengakses segala hal di seluruh penjuru dunia yang seolah-olah berada dalam kendali atau genggam. Hal ini berdampak sangat besar dalam setiap lini kehidupan manusia, baik itu secara positif maupun negatif.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih ini, maka istilah 'media sosial' sudah tidak asing lagi. Menurut McGraw Hill Dictionary (2003) dalam (Kholisoh, 2018) mendefinisikan media sosial sebagai alat interaksi secara virtual (daring) yang digunakan oleh orang-orang dan organisasi untuk saling berbagi dan bertukar informasi. Sedangkan, menurut Dave Kerpen (2011) media sosial adalah berupa gambar, tulisan, dan video yang dibagikan diantara orang-orang dan organisasi secara daring (Indraswari et al., 2020).

Hadirnya internet termasuk media sosial seolah menjadi pembuka gerbang antar negara di seluruh dunia (Saiful, 2019), memudahkan segalanya karena pasalnya dengan internet dalam kaitannya disini adalah media sosial semua informasi dan komunikasi bisa sangat cepat merebak luas.

Dalam sebuah perubahan yang dilakukan tentu menginginkan dampak positif yang signifikan, namun tak dapat disangkal bahwa akan diiringi dengan dampak negatif juga (Agustina, 2019; Syah & Hermawati, 2018) sebagai dampak penggunaan teknologi yang negatif (Rahayu, 2013).

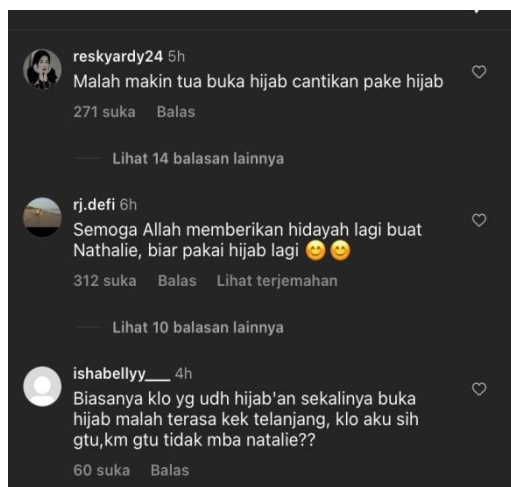
Melalui media sosial kita bisa berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya beribu-ribu kilometer sekalipun (Subarjo & Setianingsih, 2020), dan dengan orang yang tidak dikenal sekalipun. Media sosial identik dengan mengunggah gambar, video, ataupun tulisan yang dilengkapi fitur *like* (kecuali media *Whatsapp*), komentar, dan *share*. Fitur-fitur yang dihadirkan dalam media sosial ini membuka peluang bagi kita untuk bebas berekspresi dengan mengunggahnya, dan netizen (*internet citizen*) atau *warganet* diberi peluang untuk berkomentar. Tak sedikit mereka yang mengunggah foto di *instagram* dibanjiri dengan ribuan *like* dan beragam komentar positif, namun tak jarang juga komentar negatif berada dalam deretan komentar tersebut (Chris, 2016).

Komentar netizen memiliki potensi besar dalam membentuk persepsi pengguna tentang diri mereka dan mempengaruhi reputasi social media itu sendiri. Ketika pengguna media sosial menerima komentar positif, dukungan, dan apresiasi, mereka cenderung merasa lebih baik tentang diri mereka, meningkatkan citra positif mereka. Sebaliknya, komentar negatif, kritik, atau pelecehan dapat merusak citra diri dan akan menimbulkan "cap" atau reputasi negative oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial.

Salah satu contoh kasus yang saat ini sedang *trending* dibicarakan oleh masyarakat yaitu kasus Nathalie Holscher sebab ia mulai melepas hijab semenjak berpisah dengan mantan suaminya yaitu Sule. Kejadian tersebut banyak menuai komentar negative dari netizen sebab ia dinilai tidak konsisten dalam menjalankan

prinsipnya. Banyaknya komentar negative pada akun instagram Nathalie setelah lepas hijab dapat merusak citra dan reputasi media social itu sendiri. Apabila citra dan reputasi dari suatu media social menjadi buruk, maka akan berdampak pada hal-hal lain seperti penurunan penjualan e-commerce di media social itu.

Berikut ini merupakan contoh komentar negative pada akun instagram Nathalie setelah ia melepas hijabnya:



Gambar 1.
Komentar Negatif di Postingan Akun Instagram Nathalie

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa pada postingan akun instagram Nathalie yang tidak menggunakan hijab banyak terdapat komentar negative terkait pilihan yang diambil Nathalie melepas hijab. Hal ini tentu akan berdampak pada citra diri dan reputasi media social itu sendiri.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah melibatkan interaksi sosial di media social, hanya sedikit penelitian yang secara khusus memfokuskan pada pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media social. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyelidiki dampak komentar netizen terhadap persepsi pengguna tentang diri mereka dan reputasi terhadap media social itu sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan

mengumpulkan data melalui survei daring kepada pengguna media sosial. Survei ini akan melibatkan pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia dan latar belakang untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh komentar netizen. Variabel yang diukur meliputi komentar netizen, citra diri, dan reputasi media sosial.

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana komentar netizen dapat mempengaruhi persepsi diri dan reputasi media sosial. Penemuan ini dapat memiliki implikasi penting dalam pengelolaan interaksi sosial di media sosial dan membantu pengguna media sosial untuk merespons komentar dengan lebih bijaksana. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika komunikasi digital dan mengarah pada upaya untuk mempromosikan komentar yang positif dan konstruktif di lingkungan media sosial.

Dengan menggali lebih dalam mengenai pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam bidang psikologi sosial, studi media, dan studi komunikasi.

2. LANDASAN TEORI

Teori Persepsi Sosial

Persepsi sosial adalah suatu proses dalam pembuatan penilaian (*judgement*) atau membangun kesan (*impression*) mengenai berbagai macam hal yang terdapat dalam lapangan penginderaan seseorang. Sedangkan teori persepsi sosial menurut Fiske & Taylor (2013) merupakan suatu pendekatan sosial yang mempelajari bagaimana individu membentuk persepsi tentang diri sendiri dan orang lain, serta bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi interaksi sosial.

Teori ini menyoroti pentingnya interpretasi informasi sosial dalam membentuk persepsi individu dan

mempengaruhi respons dan sikap mereka terhadap orang lain.

Teori ini menekankan pentingnya interaksi sosial dalam membentuk persepsi individu tentang diri mereka sendiri. Dalam konteks media sosial, persepsi pengguna tentang diri mereka dapat dipengaruhi oleh komentar netizen.

Teori Efek Sikap

Teori ini mengajukan bahwa komunikasi dan interaksi sosial dapat mempengaruhi sikap dan emosi individu. Teori ini juga mengemukakan bahwa sikap seseorang dapat berubah atau dipengaruhi oleh paparan pesan atau interaksi sosial (Petty & Cacioppo, 1986).

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi Efek Sikap meliputi sumber pesan, karakteristik pesan, dan karakteristik penerima pesan. Sedangkan menurut Petty & Cacioppo (1986), terdapat konsekuensi terhadap efek sikap, yakni perubahan sikap dapat mempengaruhi perilaku individu, termasuk keputusan pembelian, preferensi politik, dukungan terhadap isu-isu sosial, dan interaksi interpersonal. Selain itu efek sikap juga dapat mempengaruhi persepsi, penilaian, dan pengambilan keputusan setiap individu.

Teori efek sikap menekankan pentingnya komunikasi dan interaksi sosial dalam membentuk sikap dan emosi individu. Dalam konteks media sosial, di mana pengguna terus menerima komentar dan tanggapan dari netizen, komentar tersebut memiliki potensi untuk mempengaruhi citra diri dan reputasi. Dalam jurnal ini, komentar netizen di media sosial dapat memengaruhi citra dan reputasi.

Teori Identitas Sosial

Teori identitas sosial menekankan pentingnya identitas kelompok dalam membentuk persepsi diri individu (Hogg & Abrams, 1988). Teori ini mengemukakan bahwa individu memperoleh identitas mereka melalui afiliasi dengan kelompok sosial tertentu dan identitas kelompok ini mempengaruhi cara individu memandang

diri mereka sendiri dan orang lain. Menurut Hogg & Abrams (1988), teori identitas sosial juga membahas tentang peran identitas kelompok dalam bentuk stereotip, prasangka, solidaritas kelompok, dan interaksi antar kelompok.

Di dalam lingkungan media sosial, komentar netizen dapat mempengaruhi identitas pengguna dengan cara yang signifikan. Melalui interaksi dengan komentar netizen, pengguna media sosial dapat menginternalisasi persepsi dan citra yang dibentuk oleh komentar tersebut. Teori ini menyoroti peran identitas kelompok dalam membentuk persepsi diri individu. Dalam jurnal ini, komentar netizen dapat mempengaruhi identitas pengguna media sosial dan memengaruhi citra yang mereka miliki.

Teori Sosial Kognitif

Sosial Kognitif merupakan sebuah gagasan yang menekankan pendapat bahwasanya mayoritas kegiatan belajar individu berlangsung di lingkungan sosial. Melalui kegiatan mengamati orang lain, individu akan mendapatkan pengalaman, norma, skill, strategi strategis, kepercayaan, dan perilaku. Personal orang yang dapat diobservasi menjadi sebuah model saat menelaah kegunaan dan kesesuaian sikap yang dihasilkan dari perilaku yang dimodelkan, dan setelah itu melakukan apa yang diyakini oleh mereka dan hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut (Dale, 2012).

Maka teori sosial kognitif menjelaskan bagaimana individu belajar dan memperoleh pengetahuan melalui pengamatan dan pengalaman sosial. Dalam konteks jurnal ini, pengguna media sosial dapat belajar tentang diri mereka sendiri melalui komentar netizen dan merespons dengan emosi yang sesuai.

Teori Dukungan Sosial

Menurut Suhita (2005) yang dikutip (Widiantoro et al., 2019), memberikan dukungan sosial dapat sangat berarti bagi individu lain untuk membangkitkan rasa

percaya diri dan menghindarkan individu dari rasa pesimis dan rasa tidak berarti. Namun, dukungan sosial yang terlalu berlebihan dapat membuat individu menjadi besar kepala dan membuat dukungan sosial tersebut sebagai pembenaran terhadap suatu perbuatan salah. Dengan kata lain, seseorang akan menjadi kuat dalam melakukan sesuatu dengan diperkuat oleh dukungan sosial yang diperolehnya dari lingkungan keluarga dan sekitarnya.

Mengutip Widiyanto et al. (2019), menjelaskan dukungan sosial terbagi menjadi empat bagian. Yakni dukungan emosional merupakan dukungan yang diberikan dalam bentuk rasa percaya, dukungan peralatan merupakan dukungan yang diberikan dalam bentuk ketersediaan benda, dukungan informasi merupakan dukungan yang diberikan dalam bentuk nasihat agar menjadi individu yang lebih baik, dukungan penilaian merupakan dukungan yang diberikan dalam bentuk penghargaan atas sesuatu yang diperbuat.

Menurut Hause (1997) dalam Widiyanto et al. (2019), salah satu aspek dukungan sosial yaitu dukungan emosional yakni kebutuhan seseorang akan dukungan empati. Apabila individu membutuhkan empati dan direspon oleh individu lainnya dengan menghargai, mempercayai, dan mengerti dirinya lebih baik, individu tersebut akan menjadi terbuka terhadap aspek-aspek baru dari pengalaman hidupnya.

Teori dukungan sosial menyoroti pentingnya dukungan dan interaksi sosial dalam meningkatkan kesejahteraan individu. Di dalam lingkungan media sosial, komentar positif dan dukungan dari netizen dapat memberikan pengguna dengan dukungan sosial yang diperlukan, yang dapat memengaruhi citra dan emosi mereka.

Teori ini berfokus pada pentingnya dukungan dan interaksi sosial dalam kesejahteraan individu. Dalam konteks jurnal ini, komentar positif dan dukungan dari netizen dapat meningkatkan citra dan reputasi media sosial.

Penggunaan teori-teori tersebut memberikan kerangka konseptual yang solid dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial.

3. METODOLOGI

Metode Penelitian adalah sebuah materi pengetahuan untuk mendapatkan pengertian yang lebih dalam mengenai sistemasi atau langkah-langkah penelitian (Syahrudin & Salim, 2014). Untuk memperoleh hasil penelitian dan dapat menyimpulkannya dengan lugas dalam bentuk rangkaian tulisan yang sesuai dengan ketentuan. Maka dari itu, adapun langkah yang telah penulis susun sebagai berikut:

Desain Penelitian

Desain penelitian melibatkan konsep dan prinsip-prinsip yang mendasari perencanaan, pelaksanaan, dan analisis penelitian. Menurut Creswell (2014) adapun yang menjadi konsep dasar dari penelitian, diantaranya:

1. Variabel

Variabel dapat berupa variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel kontrol yang digunakan untuk mengontrol variabel lainnya dalam penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu komentar netizen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu citra dan reputasi media sosial.

2. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada kelompok individu, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi yang dipilih untuk diinvestigasi secara representatif. Pengambilan sampel yang tepat penting untuk memperoleh hasil penelitian yang generalisasi dan valid. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pengikut instagram

Nathalie Holscher. Menurut Sugiyono (2010), jumlah sampel yang baik adalah sebesar 100 sampai 200 responden. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 100 responden.

3. Desain Penelitian

Desain penelitian merujuk pada rencana keseluruhan tentang bagaimana data akan dikumpulkan, diukur, dan dianalisa. Desain penelitian dapat berupa eksperimen, penelitian korelasional, studi kasus, atau desain kuantitatif maupun kualitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif.

4. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data melibatkan teknik dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dalam penelitian, seperti observasi, wawancara, kuesioner, atau analisis dokumen. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Sedangkan untuk desain penelitian itu sendiri terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan agar penelitian ini tetap berada dalam koridornya. Berikut prinsip-prinsipnya sebagai berikut (Creswell, 2014),

1. Validitas

Mengacu pada sejauh mana sebuah penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur atau menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Validitas dapat meliputi validitas internal maupun eksternal dan juga validitas konstruk. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *correlation product moment* yaitu nilainya harus dibawah 0,05 (alpha yang digunakan).

2. Realibilitas

Mengacu pada kestabilan dan konsistensi hasil pengukuran atau pengamatan. Hasil yang reliabel akan memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan jika diulang dalam

situasi atau kondisi yang sama. Realibilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan nilai *cronbach's alpha* dimana nilainya harus diatas 0,60.

Analisis Data

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan 2 model sebab terdapat 2 variabel dependen sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + b_1X_1$$

$$Y_2 = \alpha + b_1X_1$$

Dimana Y1 adalah variabel citra media sosial dan Y2 adalah reputasi media sosial. Sedangkan X1 adalah komentar netizen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial adalah topik yang penting untuk dipahami dalam konteks perkembangan pesat media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menginvestigasi pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial, dengan fokus pada platform-platform yang paling populer saat ini.

Hasil Analisis

Analisis data peneliti menghasilkan temuan-temuan yang signifikan terkait pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial.

Pengaruh Komentar Netizen terhadap Citra Media Sosial

Untuk memahami pengaruh komentar netizen terhadap citra media sosial. Dalam analisis peneliti, peneliti menemukan bahwa komentar netizen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra media sosial. Komentar yang positif, dukungan, dan apresiasi dari netizen cenderung meningkatkan citra media sosial itu sendiri. Sebaliknya, komentar negatif, kritik, atau pelecehan dapat merusak citra media sosial.

Tabel 1. Hasil analisis pengaruh komentar netizen terhadap citra diri di platform instagram

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	14.069	4.295		3.276	.002
	Komentar Netizen	.386	.120	.396	3.224	.002

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh komentar netizen terhadap citra diri sebesar 0,386. Hal ini menunjukkan bahwa apabila komentar netizen mengalami peningkatan atau semakin positif, maka citra diri akan meningkat sebesar 0,386 atau 3,86%. Begitu pula sebaliknya.

Pengaruh Komentar Netizen terhadap Reputasi

Penting untuk memahami bagaimana komentar netizen dapat memengaruhi

reputasi media sosial. Melalui analisis peneliti, peneliti menemukan bahwa komentar netizen memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi media sosial. Komentar yang mengandung dukungan dan apresiasi cenderung meningkatkan reputasi positif media sosial, seperti kepercayaan masyarakat, kredibilitas informasi atau kepuasan. Namun, komentar yang merendahkan, mengejek, atau berisi kritik negatif dapat memicu reputasi yang negatif

Tabel 2. Hasil analisis pengaruh komentar netizen terhadap reputasi di platform instagram

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	3.298	.456		3.109	.000
	Komentar Netizen	.256	.250	.211	3.382	.000

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh komentar netizen terhadap reputasi media sosial sebesar 0,256. Hal ini menunjukkan bahwa apabila komentar netizen mengalami peningkatan atau semakin positif, maka reputasi pengguna media sosial akan meningkat sebesar 0,256 atau 2,56%. Begitu pula sebaliknya.

Pembahasan

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa komentar netizen dapat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra diri media sosial dibandingkan dengan reputasi media sosial. Hal ini karena pengguna sosial

yang lebih muda cenderung lebih rentan terhadap pengaruh orang lain dan mereka lebih mungkin untuk membandingkan diri mereka sendiri dengan orang lain di media sosial.

Komentar netizen juga dapat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra media sosial dibandingkan dengan reputasi media sosial. Hal ini karena pengguna media sosial yang lebih aktif cenderung lebih sering membaca dan berinteraksi dengan komentar netizen, sehingga mereka lebih mungkin untuk terkena dampak dari komentar tersebut.

Berdasarkan teori identitas sosial, individu memperoleh identitas mereka melalui afiliasi dengan kelompok sosial

tertentu dan identitas kelompok ini mempengaruhi cara individu memandang diri mereka sendiri dan orang lain. Menurut teori ini, komentar netizen dapat mempengaruhi identitas pengguna dengan cara yang signifikan. Melalui interaksi dengan komentar netizen, pengguna media sosial dapat menginternalisasi persepsi dan citra yang dibentuk oleh komentar tersebut.

Komentar netizen di Instagram Nathalie Holscher merupakan salah satu bentuk interaksi yang terjadi antar individu dalam suatu afiliasi. Adanya interaksi tersebut, maka komentar dari netizen akan menjadi suatu elemen penilaian bagi mereka terhadap citra dan reputasi pengguna media sosial itu sendiri.

Pemahaman akan hasil penelitian ini memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial. Implikasi dari hasil penelitian ini menekankan pentingnya menciptakan lingkungan media sosial yang positif, inklusif, dan mendukung bagi pengguna, serta perlunya kesadaran akan pengelolaan respons terhadap komentar netizen.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh komentar netizen terhadap citra dan reputasi media sosial. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Komentar netizen memiliki pengaruh signifikan terhadap citra diri media sosial. Komentar yang positif, dukungan, dan apresiasi dari netizen cenderung meningkatkan citra diri. Sebaliknya, komentar negatif, kritik, atau pelecehan dapat merusak citra diri.

Komentar netizen juga mempengaruhi reputasi pengguna media sosial. Komentar yang mengandung dukungan dan apresiasi cenderung meningkatkan reputasi positif media sosial, seperti kepercayaan dan kredibilitas. Namun, komentar yang

merendahkan, mengejek, atau berisi kritik negatif dapat memicu reputasi yang negatif atau buruk.

Kesadaran terhadap pengaruh komentar netizen dapat membantu pengguna media sosial mengelola respons terhadap komentar yang mereka terima. Memahami pentingnya melindungi citra positif dan menjaga kesejahteraan emosional dari dampak negatif komentar netizen dapat menjadi langkah penting dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna media sosial.

Penemuan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana komentar netizen dapat mempengaruhi persepsi diri dan reputasi media sosial. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya menciptakan lingkungan media sosial yang positif, inklusif, dan mendukung bagi pengguna. Dalam konteks ini, pendidikan dan kesadaran mengenai etika komunikasi di media sosial juga menjadi hal yang penting untuk ditekankan.

Dalam rangka peningkatan pengalaman pengguna media sosial, hasil penelitian ini dapat memberikan dasar untuk pengembangan kebijakan dan pedoman yang melindungi pengguna dari komentar yang merugikan dan mempromosikan interaksi yang konstruktif di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F. (2019). *Analisis Perilaku Cyberbullying di Media Sosial dan Upaya Penanggulangannya*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/5zwc6>
- Chris, N. E. (2016). Remaja, Media Sosial Dan Cyberbullying. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5, 119–139. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.33508/jk.v5i2.991>
- Creswell, J. . (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and*

- Mix Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Dale, H. . (2012). *Learning theoris: an education perspektif (edisi ke enam)*. Pustaka Pelajar.
- Fiske, S. ., & Taylor, S. . (2013). Social Cognition. *Jurnal Psikologi*, 10(4).
- Hogg, M. ., & Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psYchologY of intergroup relations and group processes*. Biddle of Guildford.
- Indraswari, T., Hadistia, A., Lestiyadi, A. ., & Dewi, K. . (2020). Pengarahan serta Pengimplementasian Fungsi dan Pengaruh Media Sosial bagi Perkembangan berfikir Orang Tua dan Anak. *Jurnal Adbimas*, 1(3), 95–102.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan DampaknYa terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal Aspikom*, 3(5), 1002–1014.
- Petty, R. ., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Rahayu, F. . (2013). Cyberbullying Sebagai Dampak Negatif Penggunaan Teknologi Informasi. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 22–31.
- Saiful, N. . (2019). Dampak Globalisasi Terhadap Perubahan Gaya Hidup Pada Masyarakat Kampung Komboi Distrik Warsa Kabupaten Biak Numfor. *IISIP YAPIS Biak*, 14(2), 32–40.
- Subarjo, A. ., & Setianingsih, W. (2020). Literasi Berita Hoaxs Di Internet Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Pribadi Mahasiswa (Studi Tentang Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa STT Adisutjipto YogYakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(1), 1–22.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan*. Bumi Aksara.
- Syah, R., & Hermawati, I. (2018). Upaya Pencegahan Kasus Cyberbullying Bagi Remaja Pengguna Media Sosial Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 17(2), 131–146.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citrapustaka Media.
- Widiantoro, D., Nugroho, S., & Arief, Y. (2019). Hubungan Antara Dukungan Sosial Dari Dosen Dengan Motivasi Menyelesaikan Skripsi Pada Mahasiswa. *Jurnal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 4(1), 1–14.