

Pemetaan Ujaran Kebencian pada Media Sosial

by Rustono Farady Marta

Submission date: 04-Sep-2022 11:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 1892356120

File name: Pemetaan_Ujaran_Kebencian_pada_Media_Sosial_04-09-22.doc (1.25M)

Word count: 5574

Character count: 36523

Pemetaan Ujaran Kebencian pada Media Sosial sebagai Refleksi Relasi Agama dan Negara di Indonesia

Hasan Sazali¹, Uma¹, Abdur Rahim², Rustono Farady Marta³, Al Ryanne Gatcho⁴

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

²Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

³Universitas Satya Negara Indonesia

³Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

⁴Trinity University of Asia

⁴International Islamic University Malaysia

Email: hasansazali@uinsu.ac.id

Abstrack

The presence of the development of communication and information technology has also resulted in changes in all dimensions of human life, including of social interaction that have turned into digital interactions. Social media has also become a public sphere for people to express all expressions, opinions, ideas and feelings, including conveying hate speech. In Indonesia, there are many forms of hate speech, one of which leads to issues of racism, religious and state sentiment. This study tries to map the issue of hate speech that has relations between religion and the state on social media. This study is a descriptive qualitative study by taking data from Social Media Analysts using a query for hate speech words that have a relationship between religion and the state that are popular in Indonesia, namely the words Kadrun and Cebong. The results show that there are around 52,290 thousand mentions containing words of hate speech using the word kadrun and 25,290 thousand mentions of hate speech using the word cebong with the underlying issues involved.

Keywords: Hate Speech, Social Media, Religion and State Relation

Abstrak

Hadirnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi turut mengakibatkan adanya perubahan dalam segala dimensi kehidupan manusia termasuk dalam dimensi interaksi sosial yang berubah menjadi interaksi digital. Media sosial pun menjadi ruang baru bagi masyarakat dalam menyampaikan segala ekspresi, pendapat, gagasan serta perasaannya termasuk dalam menyampaikan ujaran yang berisi kebencian. Di Indonesia ada banyak sekali bentuk ujaran kebencian yang salah satunya mengarah pada isu rasisme, sentimen agama dan negara. Penelitian ini coba memetakan ujaran kebencian yang memiliki relasi agama dan negara yang ada dimedia sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengambil data dari *Social Media Analyst* menggunakan query kata ujaran kebencian yang memiliki relasi antara agama dan negara yang populer di Indoensia yaitu kata Kadrun dan Cebong. Hasil menunjukkan bahwa terdapat sekitar 52.290 ribu *mentions* yang berisi kata-kata ujaran kebencian menggunakan kata kadrun dan 25.290 ribu *mentions* ujaran kebencian menggunakan kata cebong dengan isu-isu yang ikut serta melatar belakanginya.

Kata Kunci : Ujaran Kebencian, Media Sosial, Relasi Agama dan Negara

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menjadi salah satu hal yang menarik untuk dikaji dalam kaitan dengan perkembangan kajian keilmuan maupun kehidupan manusia. Penerapan teknologi berbasis internet dalam berbagai dimensi kehidupannya, hampir menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Mulai dari gaya kehidupan, kesehatan, pemikiran, termasuk dalam dimensi interaksi sosial yang ada dalam kehidupan manusia turut mulai berubah dengan keberadaan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat (Anggraheni et al., 2021).

Interaksi sosial manusia pun mulai bergeser dari interaksi sosial konvensional berupa interaksi langsung, berubah menjadi interaksi digital lewat media-media baru berbasis jejaring sosial. Media jejaring sosial dalam segala macam bentuk dan platform telah menyediakan saluran media komunikasi yang sederhana dan murah bagi siapa saja untuk bisa mempublikasikan dan mendistribusikan kontennya kepada siapa saja (Mondal et al., 2018), sehingga menjadikan media jejaring sosial menjadi satu hal yang tidak dapat dipisahkan dan terintegrasi dalam kehidupan manusia dan masyarakat modern saat ini.

Konvergensi teknologi dalam aktifitas komunikasi telah membawa pengaruh positif dan negatif dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut dapat diibaratkan sebagai pedang bermata dua (Rahim et al., 2019). Penggunaan teknologi dalam komunikasi disatu sisi berkontribusi untuk peningkatan kesejahteraan dan peradaban manusia, jejaring sosial berfungsi sebagai platform yang efektif sehingga ide-ide pengguna dapat disebarkan dengan cara yang mudah dan efisien. Namun dilain sisi, ide-ide tersebut dapat menjadi sesuatu yang melewati batas sehingga menjadi sesuatu yang berisi bahasa atau kata-kata kebencian dan berbahaya (Alkiviadou, 2019). Kemajuan teknologi tersebut diterapkan untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang bersifat melawan hukum seperti merebaknya berita-berita hoaks dan maraknya ujaran-ujaran berisi kebencian yang menyerang berbagai kepentingan hukum, baik kepentingan secara personal, masyarakat dan negara.

Ujaran kebencian adalah perbuatan menyebarkan kebencian dan permusuhan yang bersifat rasial (suku, agama, ras, antar golongan). Dalam pengertian hukum, ujaran kebencian adalah setiap perkataan, perbuatan, tulisan atau perbuatan yang dilarang karena dapat menimbulkan tindakan kekerasan fisik dan psikis yang berdampak pada korban (Parhan et al., 2021). Berita hoaks mempunyai relasi sangat dekat dengan ujaran kebencian, karena berita hoaks dapat memicu timbulnya ujaran kebencian. Ujaran kebencian (*Hate Speech*) akan memiliki dampak yang berbahaya (Whitten, 2020) kepada personal atau kelompok apalagi bila dilakukan dan disebar melalui media sosial yang jangkauannya sangat luas kepada khalayak yang tak terbatas.

Konsekuensi dari ujaran kebencian pada titik paling akut adalah ujaran kebencian yang berisi isu rasisme yang sangat sensitif dan berbahaya hingga dapat menimbulkan potensi negatif yang sangat luas terhadap etnis, ras maupun agama tertentu seperti yang dilakukan oleh Hitler yang menyebar ujaran kebencian terhadap kaum Yahudi kepada pengikutnya, politikus negara bagian Amerika yang menyebar

kebencian terhadap muslim, dan lain sebagainya (Piazza, 2020). Sementara pada titik terendah dapat menimbulkan konflik dan kegaduhan horizontal yang salah satu contohnya adalah terjadi konflik antar individu atau antar kelompok warga yang dapat memicu konflik yang lebih luas dan besar terlebih lagi jika disebarluaskan lewat media sosial.

Media sosial dengan perkembangan teknologinya, menjadi media baru dan menciptakan ruang publik baru bagi masyarakat. Ruang publik menjadi tempat terjadinya pertukaran gagasan kultural, politik, ekonomi atau sosial yang seharusnya bersifat netral (Tricana, 2013). Namun seiring perkembangannya, ruang publik menjadi wadah baru bagi masyarakat dalam menyatakan ekspresi, pemikiran, pendapat dan perasaan, termasuk menyatakan pendapat dan pemikiran yang mengarah pada kata-kata dan pesan yang berisi ujaran kebencian. Terdapat banyak sekali kata-kata dan pesan yang berisi ujaran kebencian yang tersebar dimedia sosial yang salah satunya adalah ujaran kebencian yang mengarah pada isu-isu rasis, sentimen agama dan relasi dengan negara dan lain sebagainya (Fernando, Sasongko, et al., 2020).

Isu ujaran kebencian agama dengan berbagai macam peristiwa dan latarbelakang yang ada menjadi salah satu isu yang selalu berimbas dan memiliki relasi dengan negara. Pada beberapa negara seperti Amerika, Perancis dan negara lainnya termasuk Indonesia, isu agama selalu saja menjadi isu yang sensitif sehingga menimbulkan sorotan dan beraneka ragam respon dari masyarakat (Samiaji et al., 2022).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan dan respon masyarakat yang berisi ujaran kebencian terhadap isu yang muncul, dan media sosial apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan yang berisi ujaran kebencian serta apa yang melatarbelakangi munculnya ujaran kebencian berupa pesan atau respon negatif masyarakat di media sosial terhadap isu yang ada dengan coba memetakan ujaran kebencian relasi agama dan negara terkait isu sentimen agama yang memiliki relasi dengan negara yang ada dimedia sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengambil data dari *Social Media Analyst* dengan menggunakan *query* kata-kata ujaran kebencian yang mengarah dan memiliki relasi antara agama dan negara. Adapun fokus perhatian penelitian ini yaitu pada *platform* media jejaring sosial twitter karena dianggap memiliki pesan yang lebih kompleks dan merupakan *platform* media jejaring sosial yang sering digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat untuk menyampaikan pemikiran dan pendapatnya serta tanggapan dan respon terhadap isu-isu yang ada, terutama isu-isu yang muncul terkait dengan isu yang bersinggungan dengan agama, politik dan negara.

Memahami Ujaran Kebencian

Ujaran kebencian pada dasarnya adalah bagian dari ekspresi manusia. Secara konseptual, kebebasan berpe⁴ dapat dan mengekspresikan diri merupakan hak setiap manusia yang didasari dan dilindun²² oleh Pasal 19 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (Suryana, 2021). Hukum hak asasi manusia nasional d²⁴ internasional mewajibkan semua Negara untuk menjamin kebebasan mereka untuk mencari,

menerima atau menyampaikan informasi dan gagasan tanpa pembatasan melalui media pilihan mereka.

Perbedaan mendasar yang membedakan kebebasan berpendapat dengan ujaran kebencian terletak pada esensi dan tujuan pesan yang diberikan. Kebebasan berpendapat yaitu ketika seseorang mengeluarkan pernyataannya dengan tujuan untuk menyampaikan ide-ide, gagasan dan mencari solusi terhadap fenomena atau permasalahan yang ada dengan orang lain sesuai dengan pengetahuan dan data yang dimiliki tanpa bermaksud merendahkan, menghina atau memprovokasi individu secara personal atau kelompok.

Sedangkan ujaran kebencian adalah ketika seseorang menyampaikan pendapat atau pesan yang berisi esensi tujuan komunikasi yang bersifat menyudutkan, menjatuhkan atau memprovokasi siapa saja yang menjadi sasaran dari pesan komunikasi tersebut baik secara personal ataupun kelompok (Carlson, 2020). Ujaran kebencian berisi ucapan yang menyerang atau merendahkan suatu kelompok berdasarkan ras atau asal etnis, agama tertentu dan lain sebagainya (Alkiviadou, 2019).

Kontroversi ujaran kebencian di zaman ini dapat ditemukan dalam sejumlah informasi, baik media konvensional maupun media digital. Dampak negatif seperti diskriminasi, kekerasan, perenggutan nyawa, hingga konflik sosial dapat terjadi apabila ujaran kebencian tidak ditanggulangi. Penanganan ujaran kebencian harus melibatkan seluruh instansi masyarakat untuk meningkatkan tingkat toleransi terhadap HAM (Fernando, Marta, et al., 2020).

Kombes Polri telah mengeluarkan surat No. SE/6/X/2015 untuk merespon isu ujaran kebencian yang hangat di Indonesia. Surat ini mencakup semua perbuatan yang termasuk dalam kategori ujaran kebencian menurut Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) dan semua perbuatan yang termasuk dalam ketentuan pidana non-pidana lainnya. Perbuatan tersebut antara lain berupa diskriminasi, pencemaran nama baik, penistaan, ketidaknyamanan, provokasi, penghinaan, hasutan, dan menyebarkan berita bohong (Putri et al., 2020).

Keterbukaan Jejaring Sosial dan Ujaran Kebencian

Keterbukaan mengakses situs jejaring sosial dengan segala platformnya, menghadirkan ruang terbuka bagi publik yang membuat seakan semua masyarakat dari berbagai golongan dapat mengutarakan ide, gagasan serta kebebasan berpendapatnya seluas-luasnya ke ruang publik (Kruse et al., 2018). Ruang publik hadir sebagai ruang khusus bagi masyarakat untuk kegiatan bertukar pikiran dan sebagai sarana menyalurkan aspirasi serta kegiatan politik dimana semua kelas masyarakat dapat berkumpul dan membicarakan berbagai hal dan berbagai topik atau isu yang ada dengan berbagai macam platform media yang berbasis jejaring sosial. Salah satu platform media sosial yang cukup kompleks dan banyak digunakan oleh masyarakat dalam menyatakan ekspresi, pemikiran, pendapatnya adalah media jejaring sosial twitter.

Jejaring sosial Twitter memungkinkan anggota biasa untuk memiliki akun dan memperluas jaringan mereka ke 'pemirsa' yang dapat dibagikan dan diamati oleh siapa saja di dunia (Fadillah & Zhang, 2021). Twitter telah berkembang pesat sejak diluncurkan pada tahun 2006. Dengan 500 juta pengguna terdaftar pada tahun 2012 dan sekitar 58 juta tweet dikumpulkan per hari, layanan ini berkembang pesat di seluruh dunia (www.statisticbrain.com). Twitter juga menempati urutan ke-13 situs digital yang paling banyak diakses di seluruh dunia dalam survey Alexa, dengan Jakarta sebagai kota dengan tingkat unggahan tertinggi di dunia.

Twitter adalah situs internet yang berbasis di San Brunomore, California. Situs yang didirikan oleh Jack Dorsey fokus terhadap *microblogging* dan menyediakan unggahan yang singkat kepada penggunanya. Batasan 280 karakter dalam setiap unggahan menjadi salah satu sarana *microblogging* yang diberikan oleh Twitter. Kemudahan Twitter untuk digunakan menjadi salah satu alasan utama tingginya jumlah pengguna Twitter mengingat waktu yang digunakan untuk mengunggah terhitung singkat dengan sebaran informasi yang luas dan cepat (Gunawibawa & Oktiani, 2020).

Twitter telah berkembang dengan merilis versi seluler dan desktop. Twitter memungkinkan pengguna komunitas online untuk merekam posting dan membagikannya melalui pesan teks, gambar, dan video. Pengguna ini juga dapat berbagi pesan dengan teman dan pengikut dan saling berkomentar (Yusriyah et al., 2020). Selain itu, Twitter tidak hanya tentang berbagi teks dan tweet, tetapi pengguna juga dapat menggunakan simbol hashtag (#) dalam keterangan foto untuk saling menandai, membuat kata dan topik yang sedang tren. , dapat terhubung dengan berbagai hal yang berbeda. Menghubungkan komunitas Twitter (Rihhadatul'aisyi et al., 2021).

Hashtag adalah fitur yang tersedia di Twitter yang mencakup kombinasi huruf, angka, dan emoji yang dimulai dengan simbol hashtag atau (#). Hashtag itu sendiri biasanya dapat diklik, jadi mengklik akan membawa Anda ke halaman posting yang ditandai dengan hashtag itu, mengelompokkan posting berdasarkan topik serupa (Syawbriyanti, 2021). Oleh karena itu, keputusan Anda tentang hashtag yang akan digunakan dalam posting Anda harus konsisten dengan topik atau informasi yang terkandung dalam posting Anda. Tagar yang terorganisir dengan baik membawa konten Anda ke semua orang yang tertarik dengan topik Anda dan mendorong lebih banyak suka dan komentar yang membuat akun Anda terlihat di tab Jelajahi Twitter. Tab explorer ini selalu menampilkan postingan Twitter terbaru dan update secara otomatis (Hersinta & Sofia, 2020).

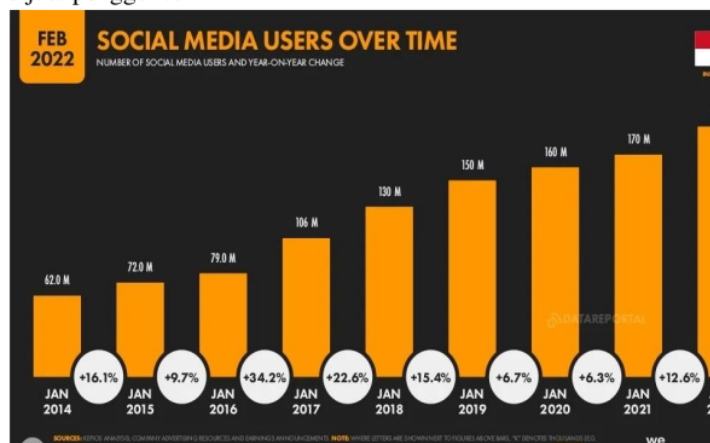
Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi virtual untuk meninjau aktifitas digital dan menjelajahi entitas penggunanya (Genot, 2018). Implikasi komunitas digital juga direpresentasikan dalam etnografi virtual untuk mengidentifikasi bagaimana realita sosial dalam dunia digital dikonstruksikan (Achmad Zainal Abidin & Ida Rachma, 2018). Paradigma interpretif sosial digunakan untuk melihat realita sosial

sebagai bentuk pemaknaan tertentu. Kompleksitas dan dinamika realita sosial dalam dunia virtual akan dijelajahi paradigma ini. Paradigma interpretif menganggap realita sosial sebagai hal yang dinamis, terproses, dan subjektif, oleh karena itu paradigma ini dapat digunakan dalam ilmu sosial dan humaniora (Briandana et al., 2021).

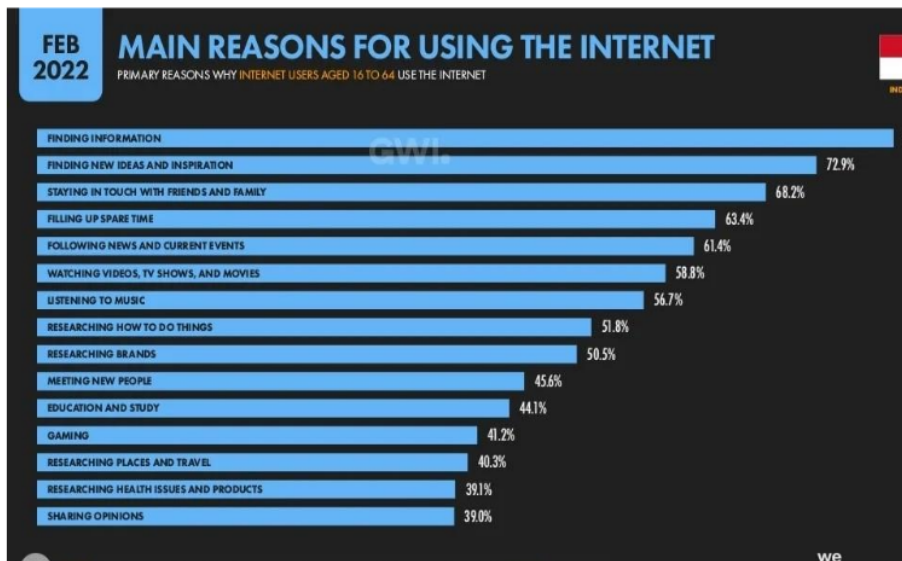
5. Hasil

Media sosial menjadi media baru yang selain sebagai tempat mencari informasi, mengekspresikan diri juga menjadi tempat alternatif untuk mencurahkan segala perhatian. Berdasarkan data dari *We Are Social (We Are Social.com)*, Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 191 juta jiwa pada perawalan kuartal 2022. Peningkatan 12,6% dapat dilihat apabila dikomparasikan dengan tahun 2021 dengan jumlah 170 juta pengguna.



Gambar 1.
Grafik Penggunaan Media Sosial
(Sumber We are Social, 2022)

Dari data ini dapat dilihat bahwa penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia semakin hari semakin meningkat yang dilatar belakang dengan berbagai tujuan dan alasan. Dari survei *We Are Social* yang dilakukan pada bulan Februari 2022 menunjukkan sejumlah alasan yang mempengaruhi pengguna internet Indonesia untuk menggunakan media digital. 80,1% dari mereka menggunakan media digital untuk mencari informasi, sebanyak 72,9% dari responden ingin menemukan ide baru dan inspirasi untuk kehidupan mereka, sebanyak 68,2% ingin berinteraksi dengan teman dan keluarga dalam jarak jauh. 63,4% dari responden survey ingin mengisi waktu luang di dalam dunia digital, sebanyak 61,4% berminat untuk mengikuti isu terkini dalam negeri dan luar negeri menggunakan internet. 58,8% responden ingin beraktifitas dalam dunia digital seperti menonton video, televisi dan lain sebagainya (We Are Social, 2021).



Gambar 2 . Grafik Alasan Penggunaan Internet (Sumber: We Are Social, 2021).

Gambar 2 dapat mengilustrasikan bahwa alasan untuk utama masyarakat menggunakan internet adalah sebagai media untuk mencari informasi dan merupakan alasan yang utama dan tertinggi persentasenya. Informasi merupakan bagian penting dari unsur yang ada dalam komunikasi yaitu pesan. Pesan yang ada didalam Gambar 2 adalah termasuk kedalam salah satu unsur komunikasi menurut Harold Lasswel menimbulkan respon atau efek yang beraneka ragam salah satunya memberikan respon positif sampai dengan mengutarakan pesan negatif seperti halnya ujaran kebencian.

Ujaran kebencian umumnya ditujukan untuk memprovokasi anggota kelompok lain yang tidak hanya dilakukan dalam media konvensional, namun juga terjadi di media digital seperti media sosial. Penggunaan ujaran kebencian juga melibatkan tekanan psikologi dan manipulasi terhadap korban, seperti meme, karikatur, dan ilustrasi yang ditujukan secara tidak langsung untuk menyerang kelompok tertentu (Mardiyati, 2017).

Media sosial digunakan oleh penggunanya untuk berbagai macam aktifitas, termasuk mengekspresikan diri kepada pengguna lain. Hal yang bersifat personal akan dibuka oleh sejumlah pengguna media sosial sehingga unggahan pribadi di media sosial cenderung memiliki konteks negatif seperti depresi, kemarahan, kekecewaan, hingga konteks positif seperti kesenangan, nasihat, unggahan informatif, dan unggahan religius. Individu tidak semata berada sebagai konsumen, namun berperan juga sebagai produsen informasi dalam dunia digital (Tjajadi et al., 2021).

Ujaran kebencian berhubungan erat dengan berbagai macam bentuk perasaan, seperti rasa marah, cemburu, dan iri hati dan lain sebagainya. Salah satu pembeda perasaan benci dan keinginan untuk merusak objek yang spesifik didasari oleh kebencian dan rasa benci yang muncul dalam individu atau kelompok yang terkait.

Perasaan benci tidak timbul akibat perasaan tidak suka, namun pelekatan impresi negatif akan individu lain dan tidak akan puas hingga individu yang dituju dapat dihancurkan oleh individu yang membenci, baik dari aspek fisik, psikis, dan sosial.

Benci juga merupakan sebuah sistem emosi pada diri manusia yang dapat berubah-ubah bentuk tetapi memiliki kesamaan identifikasi berdasarkan pada sumbernya. Ekspresi ungkapan kebencian ini bisa saja terjadi dengan berbagai macam bentuk dan sasaran, baik kepada personal yang bersifat individual, kepada kelompok minoritas maupun mayoritas, termasuk kepada hal yang berkaitan dengan agama dan negara.

Kebencian merupakan korelasi yang erat dari banyak aspek religius, seperti dengki atau asumsi agama yang unggul dibandingkan agama lain. Komparasi kedengkian dengan kebencian umumnya dibedakan dari perawalannya. Dengki cenderung datang terlebih dahulu sebagai perasaan disakiti, dikucilkan, atau disia-siakan sehingga tidak mendapatkan perlakuan yang adil dalam kelompoknya. Kebencian tumbuh dari rasa dengki yang berujung kepada perusakan integritas individu tersebut dari aspek fisik dan psikologi.

Di Indonesia isu-isu agama menjadi isu yang paling sering bersinggungan dengan isu negara dan menjadi isu nasional sering kali terjadi. Isu-isu tersebut kemudian tumbuh, berkembang dan mendapat respon dimasyarakat tidak saja dalam dunia nyata namun juga tumbuh, berkembang dan mendapat respon yang beraneka ragam dari masyarakat di dunia sosial media yang berakibat pada munculnya ujaran kebencian yang bersifat tendesius baik yang mengarah pada agama tertentu, maupun yang mengarah pada pemerintah atau yang dianggap mewakili pemerintah sebagai representasi dari negara.

Salah satu isu yang sering menjadi pemicu dari munculnya keributan, kegaduhan dan ujaran kebencian di media sosial adalah adanya isu agama ataupun kebijakan pemerintah baik yang datang dari pemerintah sendiri maupun dari kelompok tertentu. Twitter menjadi salah satu platform media sosial yang paling sering menjadi media para netizen dalam menyampaikan ekspresi ujaran kebencian lewat twitannya, tak terkecuali para tokoh agama maupun para politikus. Isu agama menjadi isu trend di era digital dan menjadi isu yang paling mudah dikaitkan dengan isu politik, pemerintah dan negara karena paling mudah untuk di sebar dan dapat dengan mudah memicu emosi atau respon banyak orang serta dapat dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu.

Fenomena ujaran kebencian yang terjadi di media sosial tidak hanya dapat dilihat dari perspektif hukum, namun dapat juga ditinjau dari berbagai macam perspektif keilmuan yang salah satunya adalah keilmuan komunikasi yang berkaitan dengan isu-isu komunikasi kontemporer. Surat edaran Kapolri Nomor SE/06/X/2015 yang membahas isu Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) menjelaskan bahwa Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) dapat dianggap sebagai tindak pidana yang di atur dalam KUHP dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, yang memiliki berbagai bentuk (Wang et al., 2021). Bentuk ujaran kebencian dapat berupa penghinaan, pencemaran nama baik,

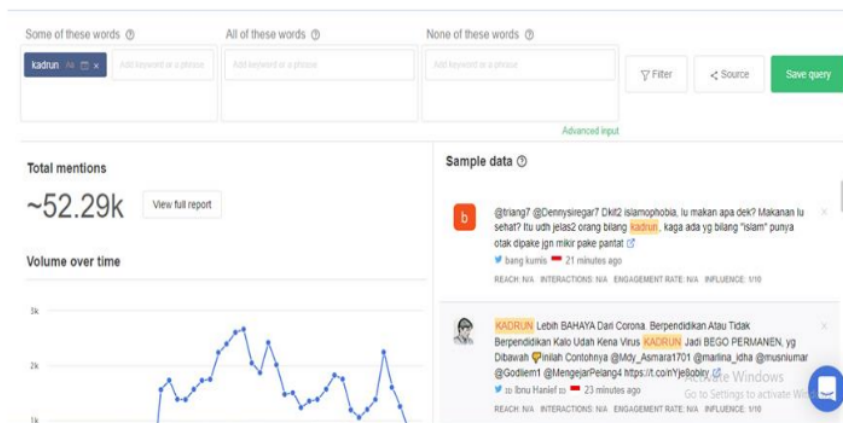
penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, provokasi, hasutan, hingga penyebaran berita bohong untuk memanipulasi masyarakat.

Bila merujuk pada surat edaran tersebut, maka ujaran yang disampaikan atau dikomunikasikan secara verbal baik secara langsung maupun media sosial, apabila perihal SARA lalu mengandung ke tujuh unsur tersebut dari edaran tersebut diatas maka termasuk dalam kategori *hate speech*. Dalam perspektif surat edaran tersebut maka kata kadrun dan kece bong adalah salah satu contoh ujaran kebencian. Namun tindak lanjut dari sisi hukum harus melalui proses legal formal terlebih dahulu. Dalam media sosial dengan mudah kita temukan postingan yang mengandung ujaran kebencian yang menggunakan kata kadrun dan cebong. Terutama apabila sedang terjadi kasus yang sedang hangat terkait isu agama dengan pemerintah, atau persoalan keagamaan dengan pemerintah. Hate speech yang mengandung kata kadrun dan cebong akan membanjiri postingan di media sosial berkaitan kasus agama dengan pemerintah, atau persoalan keagamaan dengan pemerintah.

Kasus yang terbaru dapat dijadikan contoh kasus munculnya hate speech adalah kasus ditolaknya Ustadz Abdus Somad masuk ke Singapura, kasus pengaturan suara adzan dan perumpaan azan dengan gonggongan anjing oleh menteri agama, deklarasi dukungan kepada Anies Baswedan dikaitkan dengan Khilafah dan Islam garis keras dan lain sebagainya. Kasus-kasus tersebut menjadi perhatian rakyat Indonesia dengan cepat mengingat laju penyebaran informasi di era new media saat ini dapat terjadi dalam satu detik namun menjangkau massa yang tanpa batas (*unlimited*). Sentimen yang muncul di pikiran penerima pesan terkait kasus tersebut akan muncul, sehingga memunculkan reaksi dengan membuat postingan dan tanggapan sesuai kasus yang terjadi menurut akal pikiran dan perasaan pengirim dan penerima pesan.

Dengan tidak adanya filter yang mumpuni untuk mencegah berhasil dipostingnya sebuah ujaran kebencian, maka postingan terkait ujaran kebencian akan berhasil terjadi begitu sebuah postingan diunggah ke media sosial, dan postingan yang telah berhasil diunggah akan tersebar melewati batas ruang dan waktu sehingga memunculkan berbagai macam respon dan reaksi dari berbagai kalangan yang ada di media sosial dengan menggunakan kata-kata dan julukan kadrun dan cebong yang merupakan sebuah kata stereotif dengan konotasi negatif kepada kelompok atau agama tertentu yang dianggap kontra atau pro terhadap pemerintah.

Berdasarkan data yang didapat dari *social media analytics* mengenai ujaran kebencian dengan menggunakan *query* kata ujaran kebencian yaitu kata kadrun, didapat data sebagai berikut :

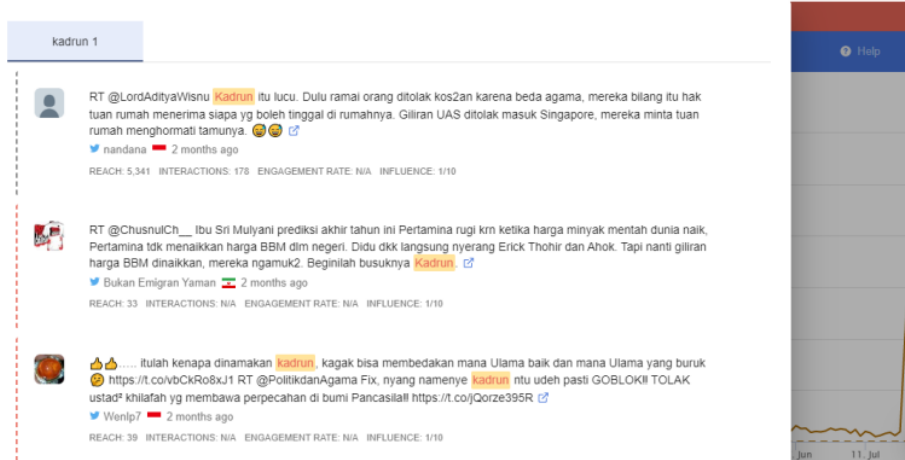


Gambar 3: Total Mentions menggunakan *Query* Kadrun
(Sumber *social media analytics*)

Data ini menunjukkan bahwa dari pencarian trending topik yang berisi tentang ujaran kebencian dengan menggunakan kata-kata kadrun didapat data sekitar 52.290 ribu mentions yang berisi kata-kata ujaran kebencian menggunakan kata kadrun. Kata kadrun ini merupakan kata julukan atau sebutan tendesius kepada kelompok tertentu dari masyarakat yang identik kepada masyarakat Indonesia yang dianggap kontra atau berseberangan dengan kebijakan dan sikap pemerintah.

Kata kadrun secara populer muncul disaat terjadinya ajang pemilihan presiden akibat panasnya suhu politik pada saat pemilihan presiden ditahun 2014 antara Prabowo Subianto dengan Jokowi yang saat itu menjadi lawan politiknya (Tinarbuko, 2019). Kata kadrun dilihat dari stereotip komunikasi merupakan kata julukan atau sebutan yang bersifat menyudutkan atau merendahkan yang disebutkan secara tendesius sebagai sebutan atau julukan yang diidentik kepada agama tertentu. Kata kadrun secara harfiah merupakan singkatan dari kata kadal gurun yang dilekatkan kepada mereka yang beragama Islam dan memiliki pandangan politik yang berbeda dengan pemerintah serta sering mengkritisi segala bentuk kebijakan negara yang diputuskan oleh pemerintah dan dianggap tidak berpihak pada kesejahteraan dan kepentingan rakyat serta masyarakat Indonesia (Ridho, 2019).

Ujaran kebencian dengan kata kadrun ini, dilihat dari penyebabnya selalu memiliki latar belakang. Berdasarkan data peta *social network analysis* (SNA) dengan kata kunci kadrun memperlihatkan bahwa mention dan komentar yang berisi ujaran kebencian menggunakan kata kunci kadrun muncul karena dilatarbelakangi oleh berbagai macam isu dan peristiwa yang ada, di antaranya adalah adanya isu tentang tokoh agama, tokoh politik yang dianggap dekat dengan barisan agama tertentu atau berseberangan pandangan politik. Selain itu ujaran kebencian ini juga muncul dikarenakan adanya isu dari beberapa kebijakan pemerintah yang kemudian mendapat respon dan kritik dari masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari sample yang berisi ujaran kebencian sebagai berikut :

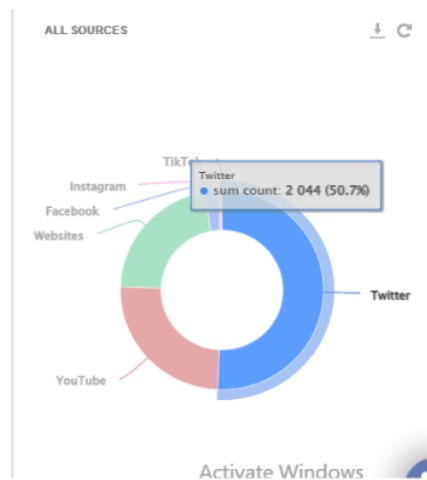


Gambar 4: Contoh Postingan mengenai latar belakang ujaran kebencian
(Sumber *social media analytics*)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa ujaran kebencian dengan menggunakan kata kadrun muncul disebabkan oleh beberapa isu. Yang pertama disebabkan dan dipicu oleh peristiwa ditolaknya Ustadz Abdus Somad masuk ke Singapore. Peristiwa ini terjadi pada Senin, 16 Mei 2022 di mana Ustadz yang akrab disapa UAS mengunggah video dirinya berada di dalam ruangan. “UAS di ruang 1x2 meter seperti penjara di imigrasi, sebelum dideportasi dari Singapore”.

Isu ini kemudian mendapat kecaman dari berbagai pihak, dan menuai respon positif dan negatif serta menjadi isu nasional bahkan internasional karena ada beberapa negara yang ikut memberitakan serta menjadi topik pembahasan baik di media konvensional maupun di media baru seperti facebook, youtube, twitter dan lain sebagainya. Isu ini kemudian mendapat respon yang luar biasa termasuk di dalamnya respon yang berisi berbagai macam ujaran kebencian yang mengarah kepada Ustadz Abdus Somad secara personal termasuk kepada kadrun yaitu kelompok masyarakat tertentu yang dianggap mendukung Ustadz Abdul Somad.

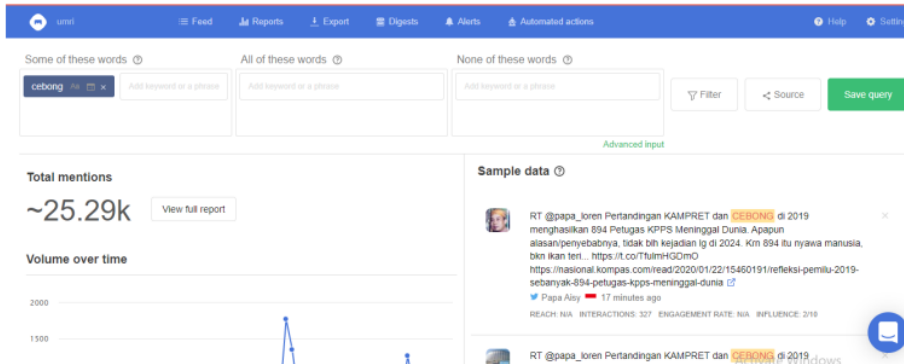
Selain itu dapat dilihat juga bahwa munculnya kata ujaran kebencian kadrun juga disebabkan karena adanya isu kebijakan pemerintah yaitu isu kenaikan harga bahan bakar minyak yang dicetuskan oleh Sri Mulyani sebagai Menteri dan representatif dari pemerintahan dan negara. Memang dalam beberapa kasus juga dapat dilihat bahwa beberapa kasus dari kebijakan pemerintah mendapat kritikan dari masyarakat yang kemudian juga menjadi pemicu munculnya ujaran kebencian di berbagai macam platform media sosial. Jika melihat peta penyebarannya, berdasarkan data peta *social network analysis* (SNA) dengan kata kunci kadrun didapat data sebagai berikut :



Gambar 5. Penyebaran Kata Kadrin di Media Sosial
(Sumber *social media analytics*)

Data visual dalam gambar 5 menunjukkan bahwa ujaran kebencian yang berisi kata-kata hinaan dan merendahkan terhadap kadrin didominasi oleh para pengguna twitter yaitu sebanyak 50.7 persen yang kemudian diikuti oleh youtube, dan platform media sosial lainnya. Dari sini dapat dilihat bahwa twitter masih merupakan platform media jejaring sosial yang banyak dipilih dan digunakan masyarakat untuk menyampaikan ekspresi, pendapat dan perasaannya dalam merespon informasi dan isu yang ada, termasuk ekspresi berpendapat yang berisi dan mengarah pada ujaran-ujaran kebencian.

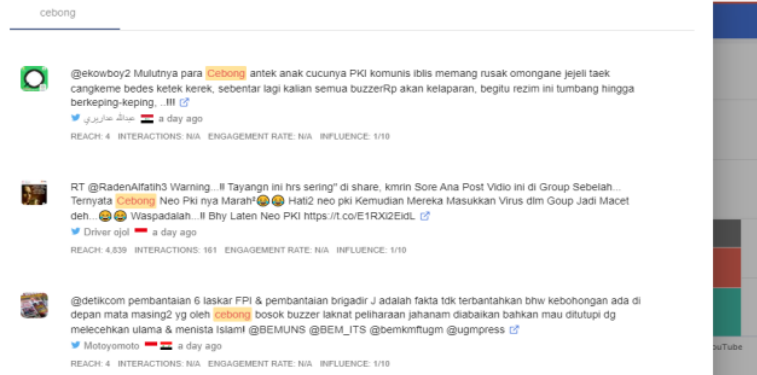
Selain ujaran kebencian dengan menggunakan kata kadrin, ujaran kebencian lain yang sering muncul terkait dengan isu yang memiliki relasi antara agama dan negara adalah ujaran kebencian dari rival kelompok kadrin yaitu ujaran kebencian yang mengarah pada kelompok yang dianggap berlawanan pendapat, dan pandangan dengan kadrin yaitu ujaran dengan julukan kata cebong. Berdasarkan data yang didapat dari *social media analytics* mengenai ujaran kebencian dengan menggunakan *query* kata ujaran kebencian yaitu kata kunci cebong, maka didapat data sebagaimana visual berikut :



Gambar 6: Total Mentions menggunakan Query Cebong
(Sumber *social media analytics*)

Data ini menunjukkan bahwa dari pencarian trending topik yang berisi tentang ujaran kebencian dengan menggunakan kata-kata cebong didapat data sekitar 25.290 ribu mentions yang berisi kata-kata ujaran kebencian menggunakan kata cebong. Kata cebong ini merupakan kata julukan atau sebutan yang bersifat stereotif negatif dan tendesius kepada kelompok tertentu dari masyarakat yang identik kepada masyarakat Indonesia yang dianggap pro atau pendukung dan sejalan dengan kebijakan serta sikap pemerintah.

Sama seperti halnya kata stereotif terhadap mereka yang berseberangan dengan pemerintah yaitu kata kadrun, kata cebong ini juga muncul dan populer akibat panasnya suhu politik pada saat pemilihan presiden ditahun 2014. Kata cebong juga merupakan kata stereotif komunikasi yang bersifat menyudutkan atau merendahkan dan diidentikkan kepada kelompok tertentu yang dianggap selalu saja mendukung setiap kebijakan pemerintah walaupun kebijakan tersebut dianggap oleh mereka yang mendapat julukan kadrun sangat merugikan rakyat dan tidak berpihak pada masyarakat Indonesia. Berdasarkan data peta *social network analysis* (SNA) dengan kata kunci cebong menunjukkan bahwa mention dan komentar yang berisi ujaran kebencian menggunakan kata kunci cebong muncul karena dilatarbelakangi oleh berbagai macam isu dan peristiwa yang ada seperti halnya isu yang melatar belakangi munculnya kata stereotif kadrun. Hal ini dapat dilihat dari sample yang berisi ujaran kebencian dengan menggunakan kata cebong sebagai berikut :



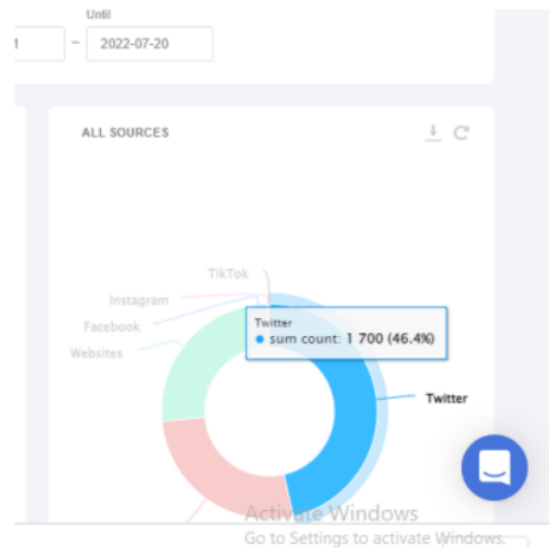
Gambar 7: Contoh Postingan mengenai latar belakang ujaran kebencian (Sumber *social media analytics*)

Dari gambar ini dapat dilihat bahwa kata cebong diidentikkan kepada paham tertentu yaitu paham Komunis yang merupakan salah satu paham terlarang dalam sejarah kalam Indonesia. Paham Komunikasi yang diusung Partai Komunis Indonesia memang sangat dibenci oleh masyarakat Indonesia yang paham dan mengerti tentang tindak tanduk sejarah PKI yang ada di Indonesia. PKI memang memiliki sejarah kelam dan trauma tersendiri bagi masyarakat Indonesia khususnya bagi mereka yang beragama Islam.

Dalam sejarah Indonesia, PKI dianggap sangat membenci Islam dengan segala macam ajaran dan nilai-nilai didalamnya yang dianggap menjadi penghalang utama dari gerak-gerik dan maksud tujuan PKI diawal kemerdekaan dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu kata-kata PKI diarahkan kepada mereka yang selalu saja dianggap membela pemerintah terhadap isu-isu yang ada termasuk isu-isu kebijakan dari pemerintah yang bersinggungan dengan agama seperti pengaturan suara adzan dan lainnya yang dianggap kelompok kadrin sangat merugikan dan mendeskreditkan ajaran Islam.

Jika dilihat ujaran kebencian tersebut, baik ujaran kebencian yang mengarah pada kelompok yang disteorotifkan sebagai kelompok kadrin maupun cebong, keduanya sama-sama memiliki kata-kata ujaran yang sangat tendesius dan penuh dengan kebencian terhadap masing-masing pihak. Kata-kata ini memang sangat tendesius, penuh kemarahan serta kebencian dan dimaksudkan untuk menyudutkan, menjatuhkan atau memprovokasi siapa saja yang menjadi sasaran dari pesan komunikasi tersebut baik secara personal ataupun kelompok (Carlson,2020).

Jika dilihat dari sisi peta pemanfaatan media jejaring sosial yang digunakan untuk menyampaikan kata ujaran kebencian, berdasarkan data peta *social network analysis* (SNA) dengan kata kunci cebong maka didapat data sebagai berikut :



Gambar 8. Penyebaran Kata Cebong di Media Sosial
(Sumber *social media analytics*)

Data ini menunjukkan bahwa ujaran kebencian yang berisi kata-kata hinaan dan merendahkan dengan menggunakan *query* kata cebong didominasi oleh para pengguna twitter yaitu sebanyak 46.4 persen yang kemudian diikuti oleh youtube, dan platform media sosial lainnya.

Dari sini dapat dilihat bahwa seperti halnya ujaran kebencian yang ada pada negara lain, di Indonesia ujaran masih sangat subur dan menyebar sangat luas dengan pemanfaatan media jejaring sosial. Di Indonesia, ujaran kebencian terkait isu agama dan negara dipenuhi dengan pemberian stigma kadrundan cebong kepada kelompok tertentu. Pencarian ujaran kebencian dengan menggunakan *query* kata kadrund dan cebong merupakan salah satu bentuk ujaran kebencian yang berisi kata stereotif yang berikan untuk saling menyudutkan, merendahkan dan memprovokasi kelompok tertentu.

Dilihat dari latar belakang munculnya, ujaran kebencian yang ada dengan menggunakan *query* kata kadrund dan cebong selalu dilatar belakang oleh isu yang berkaitan antara agamadan negara. dimana isu tersebut muncul dari adanya isu hal-hal yang terkait antara agama dan negara seperti tentang tokoh agama, tokoh politik yang juga muncul dikarenakan adanya isu dari beberapa kebijakan pemerintah baik yang secara langsung bersinggungan dengan isu agama, maupun kebijakan pemerintah yang dianggap tidak dengan sejalan dengan nilai-nilai keadilan, termasuk dianggap tidak memihak kepada kepentingan dan kesejahteraan rakyat.

Sedangkan berdasarkan pemanfaatan dan pemilihan media jejaring sosial yang dijadikan sarana dalam menyampaikan ujaran kebencian yang ada, di antara platform media jejaring sosial yang ada dan digunakan oleh masyarakat Indonesia, Twitter masih merupakan platform media jejaring sosial pilihan yang banyak dipilih dan digunakan

oleh masyarakat Indonesia untuk menyampaikan ekspresi, pendapat dan perasaannya dalam merespon segala macam bentuk informasi dan isu yang ada, termasuk ekspresi berpendapat dan curahan perasaan yang berisi dan mengarah pada kata-kata hinaan, cacian dan kata-kata merendahkan seseorang maupun kelompok yang merupakan bagian dari bentuk ujaran kebencian.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perspektif politik dibalik ujaran kebencian yang terjadi di media sosial Indonesia. Komodifikasi tersebut didasari oleh adanya akronim kadrun dan cebong yang digunakan sejumlah pengguna media sosial Indonesia pada aktifitas politik di Indonesia. Data dari media sosial Twitter menunjukkan sebanyak 52 ribu unggahan Twitter memiliki konteks kadrun, sementara konteks cebong ditunjukkan oleh 25 ribu unggahan Twitter. Fenomena ini mengimplikasi tingginya tingkat intoleransi masyarakat Indonesia akan perbedaan budaya, sosial, dan agama yang berujung kepada ujaran kebencian terhadap kelompok masyarakat tertentu.

Referensi

- Achmad Zainal Abidin, & Ida Rachma. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145.
- Alkiviadou, N. (2019). Hate speech on social media networks: Towards a regulatory framework? *Information and Communications Technology Law*, 28(1), 19–35.
<https://doi.org/10.1080/13600834.2018.1494417>
- Anggraheni, P., Setyowati, N. T., & Harry, H. (2021). Social Media and Political Participation in Indonesia: Restrictions Access at Announcement Results of 2019 Presidential Election. *ASPIRATION Journal*, 2(1), 100–126.
<http://aspiration.id/index.php/asp/article/view/23>
- Briandana, R., Marta, R. F., & Azmawati, A. A. (2021). Reflection on the Identity of the Outermost Indonesian Community on Sebatik Island through Malaysian Television Broadcasts. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 215.
<https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.10950>
- Carlson, C. R. (2020). Hate speech as a structural phenomenon. *First Amendment Studies*, 54(2), 217–224. <https://doi.org/10.1080/21689725.2020.1837649>
- Fadillah, D., & Chang, J. (2021). The Song #2019GantiPresiden and Political Communication in Simulacra Analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 292.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.935>
- Fernando, J., Marta, R. F., & Hidayati, R. K. (2020). Reaktualisasi mahasiswa diaspora Indonesia dalam menjaga identitas budaya bangsa di Benua Australia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 194–206.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.25219>
- Fernando, J., Sasongko, Y. P. D., & Marta, R. F. (2020). Aktivasi Psikologi Kognitif Melampaui Kesepian dengan Perspektif Komunikasi dalam Film Joker. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 109–119.
<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.517>
- Genot, E. J. (2018). Strategies of inquiry: The ‘Sherlock Holmes sense of deduction’ revisited. In *Synthese* (Vol. 195, Issue 5). <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Gunawibawa, E. Y., & Oktiani, H. (2020). Politik & Bencana Banjir Jakarta 2020 :

- Analisis Peta Percakapan #JakartaBanjir. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 60. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.989>
- Hersinta, H., & Sofia, A. (2020). Social Media, Youth And Environmental Low-Risk Activism : A Case Study of Savesharks Indonesia Campaign On Twitter. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 113–134.
- Kruse, L. M., Norris, D. R., & Flinchum, J. R. (2018). Social media as a public sphere? Politics on social media. *Sociological Quarterly*, 59(1), 62–84. <https://doi.org/10.1080/00380253.2017.1383143>
- Mardiyati, I. (2017). Fenomena Hate Speech di Sosial Media dalam Perspektif Psikologi Islam. *At-Turats*, 11(1), 31–38. <https://doi.org/10.24260/at-turats.v11i1.867>
- Mondal, M., Silva, L. A., Correa, D., & Benevenuto, F. (2018). Characterizing usage of explicit hate expressions in social media. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 24(2), 110–130. <https://doi.org/10.1080/13614568.2018.1489001>
- Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berekomunikas. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 59–80. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12887>
- Piazza, J. A. (2020). Politician hate speech and domestic terrorism. *International Interactions*, 46(3), 431–453. <https://doi.org/10.1080/03050629.2020.1739033>
- Putri, L. D., Annisarizki, & Andika, D. (2020). The Journalists has Built Self Meaning : Spreading Hate Speech in Presidential Election 2019 in Banten. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 182–207.
- Rahim, R., Army, E. F., Susilo, D., Marta, R. F., & Alanda, A. (2019). Cloud computing security issues and possibilities. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(6 Special Issue), 927–931. <https://doi.org/10.35940/ijeat.F1175.0886S19>
- Ridho, A. (2019). Arah Politik Muhammadiyah dalam Pemilihan Presiden 2019: Sebuah Analisis Framing Media Online. *Kalijaga Journal of Communication*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.14421/kjc.11.01.2019>
- Rihhadatul'aisyi, N., Muthmainnah, S., Zahra, H. P., Putri, T. W., & Febrian, F. T. (2021). Efek Twitter di Masa Pandemi COVID-19 pada Sikap dan Perilaku. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 205–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v19i2.4178>

- Samiaji, A., Bahrudin, M., Harry, H., & Hidayat, E. (2022). Nation Branding Construction and Public Diplomacy from @america in Muslim Community of Indonesia. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 276–290. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8836](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8836)
- Social, W. A. (2022). *Data Pengguna Internet di Dunia*. We Are Social. <https://www.receh.in/2022/02/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html>
- Suryana, C. (2021). Politik sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 41–58. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12646>
- Syawbriyanti, F. (2021). Ideologi Bahasa dan Diskursus Identitas dalam Permainan Roleplay Bilingual di Twitter. *Antropologi Indonesia*, 42(1). <https://doi.org/10.7454/ai.v42i1.12417>
- Tinarbuko, S. (2019). Membaca Makna Iklan Politik Pilpres 2019. *Mudra Jurnal Seni Budaya*. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i2.707>
- Tjajadi, O. P., Marta, R. F., & Engliana, E. (2021). Women's Resistance on Instagram Account @singlemomsindonesia. *JHSS Journal of Humanities and Social Studies*, 5(2), 111–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jhss.v5i2.3710>
- Tricana, D. W. (2013). MEDIA MASSA DAN RUANG PUBLIK (Public sphere), SEBUAH RUANG YANG HILANG. *Aristo*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.24269/ars.v1i1.1538>
- Wang, C., Kerry, L., & Marta, R. F. (2021). Film distribution by video streaming platforms across Southeast Asia during COVID-19. *Media, Culture and Society*, 43(8), 1542–1552. <https://doi.org/10.1177/01634437211045350>
- We Are Social, H. (2021). *Digital 2021 Indonesia*. Hootsuite. https://andi.link/wp-content/uploads/2021/08/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021_compressed.pdf
- Whitten, S. (2020). A recognition-sensitive phenomenology of hate speech. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 23(7), 853–873. <https://doi.org/10.1080/13698230.2018.1511170>
- Yusriyah, K., Fatoni, A., & Mansyur, M. A. (2020). Communication Networks Analysis on Information Dissemination of the Moving of Capital City From Jakarta to East Kalimantan. *ASPIRATION Journal*.



Pemetaan Ujaran Kebencian pada Media Sosial

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
2	jurnaliainpontianak.or.id Internet Source	1%
3	cirebon.pikiran-rakyat.com Internet Source	<1%
4	docplayer.info Internet Source	<1%
5	edoc.pub Internet Source	<1%
6	id.wikipedia.org Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
8	Roni Jayawinangun, Dini Valdiani. "Tipology of Beginner Voters Based on Access to Political Information in Social Media", JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK, 2019 Publication	<1%

9	www.scribd.com Internet Source	<1 %
10	climaterealityproject.org Internet Source	<1 %
11	journal.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
12	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.amnesty.org Internet Source	<1 %
14	www.kompas.com Internet Source	<1 %
15	buletininsani.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
17	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
18	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %
19	play.google.com Internet Source	<1 %
20	Muslim, Warto, Djono. "Fostering Diversity Values Through Learning The History of The	<1 %

National Movement in Senior High Schools", International Journal of Social Learning (IJSL), 2021

Publication

21	akuntansmkn4merangin.blogspot.com Internet Source	<1 %
22	id.wikisource.org Internet Source	<1 %
23	kumparan.com Internet Source	<1 %
24	omahtugas.blogspot.com Internet Source	<1 %
25	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
26	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
27	www.jnis.ir Internet Source	<1 %
28	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On