

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI ANTARPERSONAL DI MEDIA SOSIAL X (Studi Netnografi pada Komunitas MARAH-MARAH)

Astrid Hanna Assyifa¹, Evie Sophia², Fitri Annisa Rachmah³, Saiful Hadi⁴

Departement Of Communication Studies, International Women University, Bandung, Indonesia

*email: Astrid.20821012@iwu.ac.id; evisophie@iwu.ac.id; fitriannisa@iwu.ac.id; saiful@iwu.ac.id

Diterima Januari / Disetujui Februari

ABSTRACT

This study examines interpersonal communication styles within the MARAH-MARAH Community on social media platform X, which serves as a collective space for emotional expression. The subjects of this research are X users actively engaged in expressing anger, social criticism, and personal experiences, while the object of study is interpersonal communication style, analyzed through Norton's (1978) framework consisting of dominant, dramatic, friendly, contentious, and relaxed styles. The research employs a qualitative approach using netnography, involving participatory observation, documentation of posts, replies, and screenshots, as well as content analysis to capture interaction patterns and the cultural meaning of online communication within the community. The findings indicate that the most prominent communication styles are dramatic, contentious, and friendly. Communication patterns are characterized by emotional expression, the use of humorous or harsh language, and visual symbols such as emojis. Factors influencing style selection include emotional intensity, group solidarity, and the contextual relevance of ongoing social issues. Harsh language is not always interpreted as aggression but often as a form of solidarity and catharsis. In conclusion, the interpersonal communication styles within the MARAH-MARAH Community construct a collective identity that functions as both a channel for catharsis and a potential source of conflict. The implications of this study contribute to the development of interpersonal communication theory in the digital era and offer practical recommendations for managing online communities to foster healthier and more constructive interactions.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji gaya komunikasi antarpersonal dalam Komunitas MARAH-MARAH di media sosial X, yang menjadi ruang ekspresi emosional kolektif. Subjek penelitian adalah akun-akun pengguna X yang aktif mengekspresikan kemarahan, kritik sosial, maupun pengalaman personal, sedangkan objek penelitian adalah gaya komunikasi antarpersonal yang dianalisis dengan teori gaya komunikasi Norton (1978) meliputi gaya dominan, dramatis, bersahabat, contentious, dan santai. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan netnografi, melalui observasi partisipatif, dokumentasi unggahan (post, reply, screenshot), dan analisis isi untuk memahami pola interaksi dan makna budaya komunikasi komunitas daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang menonjol dalam komunitas ini adalah dramatis, contentious, dan bersahabat. Pola komunikasi ditandai dengan ekspresi emosional, penggunaan bahasa humoris maupun kasar, serta simbol visual seperti emoji. Faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan gaya komunikasi meliputi intensitas emosi, solidaritas kelompok, serta konteks isu sosial yang sedang dibicarakan. Bahasa kasar tidak selalu dimaknai sebagai agresi, melainkan juga sebagai bentuk solidaritas dan katarsis. Kesimpulannya, gaya komunikasi antarpersonal di komunitas MARAH-MARAH membentuk identitas kolektif yang berfungsi sebagai ruang katarsis sekaligus berpotensi menimbulkan konflik. Implikasi penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi antarpersonal di era digital serta rekomendasi praktis bagi pengelolaan komunitas daring agar interaksi tetap sehat dan konstruktif.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Komunikasi Antarpersonal, Media Sosial X, Netnografi, Komunitas MARAH-MARAH.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat modern. Media sosial tidak lagi sekadar ruang berbagi informasi, melainkan telah menjelma menjadi wadah ekspresi diri, pembentukan identitas, dan pembentukan komunitas. Di Indonesia, tingkat penetrasi media sosial mencapai 66,7% dari total populasi dengan jumlah pengguna aktif sekitar 185 juta pada awal tahun 2024. Angka tersebut menunjukkan betapa media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat.

Di antara berbagai platform media sosial, X (sebelumnya Twitter) menempati posisi khusus. Platform ini dikenal dengan karakter komunikasinya yang singkat, padat, serta memungkinkan diskusi yang cepat dan intens. Tidak hanya itu, X juga menjadi ruang ekspresi emosional, di mana pengguna dapat meluapkan keresahan, kekecewaan, bahkan kemarahan dalam format publik. Hal ini diperkuat dengan adanya fitur-fitur seperti retweet, quote tweet, dan *thread* yang memungkinkan opini maupun ekspresi emosi menyebar secara luas dan viral.

Salah satu fenomena unik yang berkembang di X adalah munculnya Komunitas MARAH-MARAH, sebuah komunitas daring dengan anggota mencapai lebih dari satu juta pengguna. Komunitas ini menjadi wadah kolektif bagi individu untuk mengekspresikan amarah, keresahan, maupun kekecewaan terhadap isu personal maupun sosial. Identitas komunitas yang menekankan “marah bersama” memperlihatkan bagaimana emosi dapat menjadi perekat sosial di ruang digital.

Interaksi di dalam komunitas ini tidak hanya sekadar curahan hati, melainkan juga menciptakan dinamika komunikasi antarpersonal. Anggota dapat memperoleh dukungan emosional, validasi pengalaman, hingga menghadapi konflik opini dengan pengguna lain. Gaya komunikasi yang digunakan pun beragam, mulai dari agresif, pasif-agresif, hingga ekspresif yang dramatis. Pola komunikasi inilah yang menjadi fokus penelitian.

Urgensi penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, dari aspek praktis, penelitian ini penting untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Dengan memahami gaya komunikasi yang muncul di ruang daring emosional, pengguna dapat lebih bijak dalam berinteraksi dan mengurangi risiko dampak negatif seperti *cyberbullying* atau tekanan psikologis. Kedua, dari aspek akademis, penelitian ini memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi antarpersonal di era digital. Kajian ini menunjukkan bagaimana pergeseran medium dari tatap muka ke ruang daring memengaruhi dinamika hubungan sosial masyarakat Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul: “Analisis Gaya Komunikasi Antarpersonal di Media Sosial X (Studi Netnografi pada Komunitas MARAH-MARAH)”. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi gaya komunikasi antarpersonal yang digunakan, faktor-faktor yang memengaruhi pilihan gaya tersebut, serta memahami dinamika komunikasi antarpersonal yang berkembang di dalam komunitas.

METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang berpandangan bahwa realitas sosial dibentuk secara subjektif oleh individu melalui pengalaman dan interaksi mereka. Dalam paradigma ini, peneliti tidak memandang kebenaran sebagai sesuatu yang Tunggal dan objektif, melainkan sebagai sesuatu yang dibangun dan dinegosiasikan dalam konteks sosial tertentu. Paradigma ini menekankan bahwa realitas sosial bersifat plural, dinamis, dan kontekstual.

Paradigma konstruktivis baik digunakan untuk memahami interaksi yang terjadi di dalam komunitas daring. Seperti Komunitas MARAH-MARAH di media sosial X. komunitas ini terbentuk melalui dinamika komunikasi yang sarat makna dan ekspresi emosi, yang masing-masing dipengaruhi oleh pengalaman subjektif pengguna. Pemahaman atas gaya komunikasi antarpersonal dalam komunitas ini tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial dan psikologis dimana interaksi tersebut terjadi.

Menurut Creswell (2014), pendekatan konstruktivis berupaya mengembangkan pemahaman subjektif tentang dunia sosial, di mana individu menafsirkan pengalaman mereka dalam berbagai interaksi dan komunikasi. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna mendalam di balik praktik komunikasi digital yang betlangsung diantara pengguna media sosial.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi, sebuah metode penelitian kualitatif yang dirancang khusus untuk mengkaji budaya dan komunitas daring. Pemilihan netnografi didasarkan pada kesesuaiannya yang intrinsik dengan objek penelitian, yaitu Komunitas MARAH-MARAH di platform X, yang merupakan sebuah entitas budaya digital dengan norma, bahasa, dan praktik interaksinya sendiri. Metode ini, yang dipelopori oleh Robert V. Kozinets, memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi partisipatif yang mendalam dan imersif untuk memahami makna sosial dari setiap interaksi yang terjadi. Dalam konteks ini, netnografi dipandang lebih unggul dibandingkan metode kualitatif umum karena ia tidak hanya menganalisis teks semata, tetapi juga seluruh konteks budaya yang melatarbelakangi suatu percakapan, termasuk pola hubungan antaranggota, ritual komunikasi, dan simbol-simbol yang khas.

Peneliti akan terlibat sebagai pengamat-partisipan dalam komunitas untuk suatu periode waktu tertentu. Keterlibatan ini mencakup observasi terhadap cuitan, balasan, thread, dan interaksi lainnya yang menjadi data primer. Data yang dikumpulkan bersifat alamiah karena merupakan aktivitas komunikasi yang terjadi secara organik, bukan hasil rekayasa peneliti. Fokus pengamatan adalah pada bagaimana gaya komunikasi antarpersonal itu dimunculkan, ditanggapi, dan dikonstruksi secara kolektif oleh anggota komunitas. Aspek-aspek seperti diksi, penggunaan bahasa slang, emoji, tanda baca, serta mekanisme pemberian dukungan atau eskalasi konflik akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola gaya komunikasi yang dominan.

Proses analisis data dilakukan secara iteratif dengan mengikuti tahapan- tahapan dalam netnografi. Data yang terkumpul dari observasi akan dikodifikasi untuk mengidentifikasi tema-tema besar seperti bentuk ekspresi emosi, strategi pencarian dukungan, norma kelompok, dan konflik. Tema-tema ini kemudian ditafsirkan untuk memahami makna di baliknya, misalnya, bagaimana bahasa kasar tidak selalu dimaknai sebagai agresi tetapi bisa juga sebagai bentuk solidaritas dan katarsis dalam konteks budaya komunitas ini. Dengan demikian, netnografi memberikan kerangka yang powerful untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang pembentukan gaya komunikasi dan faktor-faktor yang memengaruhinya secara kontekstual dan mendalam.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah netnografi yang memfokuskan pengamatan yang memfokuskan subjek di internet. Kozinet menekankan bahwa studi netnografi dapat memanfaatkan sekumpulan besar data yang berasal dan dimanifestasikan melalui data yang dibagikan di Internet. Berbeda dengan pendekatan etnografi yang menekankan pendekatan partisipatif, dimana penulis terlibat secara penuh sebagai anggota dari komunitas online, pendekatan netnografi lebih dekat ke standar-standar etnografis tradisional mengenai observasi partisipatif, keterlibatan yang lama, dan membenamkan diri secara mendalam.

Menurut Kozinets Netnografi menyediakan pedoman penggunaan prosedur observasi-partisipasi pada komunitas dan budaya online yang diwujudkan melalui komunikasi melalui media komputer. Dengan kata lain, prosedur Netnografi menerapkan prosedur etnografi, yaitu observasi-partisipasi menggunakan media internet seperti komputer, smartphone, media sosial, dll. Partisipasi merupakan tantangan karena dalam Netnografi, data umumnya sudah ada sebelum peneliti melakukan penelitian. Keterlibatan (engagement) adalah salah satu jenis data yang mensyaratkan peneliti untuk mendalami dan terlibat secara emosional dengan data yang diteliti. Berikut adalah tingkat-tingkat keterlibatan dalam netnografi.

Kozinets menjelaskan bahwa netnografi dan etnografi memiliki sumber data yang berbeda. Data netnografi diperoleh dari proses komunikasi atau interaksi yang dimediasi komputer yang tercipta melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Ia menegaskan bahwa data ini diperoleh dengan wawancara online, observasi online, atau mengunduh semua data interaksi dan percakapan yang terjadi dalam komunitas online. Berbeda dengan etnografi yang lebih mengutamakan pada data yang diperoleh dari observasi lapangan, interaksi tatap muka, dan catatan lapangan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial X yang aktif dalam Komunitas MARAH-MARAH yaitu akun-akun yang teridentifikasi sering mengekspresikan ketidakpuasan, kemarahan, atau kritik terhadap isu sosial, politik, atau pengalaman personal. Subjek dipilih secara purposif berdasarkan intensitas partisipasi, konsistensi gaya komunikasi, dan keterlibatan dalam percakapan komunitas.

Objek penelitian ini adalah gaya komunikasi antarpersonal yang ditampilkan oleh pengguna dalam Komunitas MARAH-MARAH di media sosial X. Gaya komunikasi dianalisis berdasarkan teori gaya komunikasi Norton (1978), meliputi aspek dominan, dramatis, bersahabat, debat (contentious), dan santai. Objek ini dikaji dalam konteks interaksi digital dan dinamika emosi yang terbangun dalam komunitas.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dua cara utama:

1. Observasi aktif – peneliti terlibat sebagai pengamat-partisipan dalam komunitas, mengamati cuitan, balasan, thread, serta interaksi anggota. Observasi ini mencakup bahasa yang digunakan, penggunaan emoji, simbol khas, hingga dinamika diskusi.
2. Dokumentasi digital – data berupa tangkapan layar (screenshot) dari tweet dan komentar yang relevan, disimpan sebagai arsip penelitian.

Data yang dikumpulkan mencerminkan interaksi alamiah di komunitas tanpa intervensi peneliti, sehingga autentik dalam menggambarkan gaya komunikasi.

Teknik Analisis Data

1. Reduksi data – memilah cuitan, komentar, atau interaksi yang relevan dengan gaya komunikasi antarpersonal.
2. Penyajian data – menyusun temuan dalam bentuk tabel, kategori, maupun deskripsi naratif sesuai lima gaya komunikasi Norton.
3. Penarikan kesimpulan – menginterpretasikan pola gaya komunikasi yang dominan, faktor pemicunya, serta dampaknya terhadap dinamika komunitas.

Analisis ini dilakukan secara iterative, artinya peneliti terus menafsirkan data seiring proses pengumpulan, hingga mencapai pemahaman yang mendalam.

Teknik Validitas Data

Untuk menjaga validitas data, penelitian menggunakan:

1. Triangular sumber – membandingkan data dari berbagai bentuk interaksi (*tweet*, *reply*, *retweet* dengan komentar) agar hasil tidak bias.
2. Perpanjangan pengamatan – peneliti memperluas durasi keterlibatan dalam komunitas, sehingga memahami konteks budaya dan norma internal kelompok secara lebih utuh.
3. Konsistensi pencatatan – setiap data digital disimpan dengan dokumentasi waktu, sehingga memudahkan verifikasi dan analisis.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara autentik dan mendalam bagaimana gaya komunikasi antarpersonal terbentuk, dipraktikkan, serta dipertahankan di Komunitas MARAH-MARAH.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di ruang digital, yaitu platform media sosial X, dengan focus pada aktivitas komunikasi dalam Komunitas MARAH-MARAH yang berinteraksi melalui fitur unggahan, balasan, kutipan, dan komentas. Komunitas ini tidak berbasis tempat geografis tertentu, melainkan merupakan Kumpulan pengguna yang saling terhubung melalui praktik komunikasi khas dalam konteks kemarahan atau pelampiasan emosional secara publik.

Penelitian postingan tweet ini diambil pada periode Mei 2025. Pengumpulan data (pengarsipan unggahan dan interaksi Komunitas MARAH-MARAH di media sosial X) dilakukan dari Mei 2025, sedangkan proses analisis isi dilakukan sejak Mei hingga juli 2025.

LANDASAN KONSEPTUAL

Landasan konseptual penelitian ini menekankan bahwa gaya komunikasi merupakan cara individu menyampaikan pesan yang dipengaruhi kepribadian, tujuan, konteks, dan budaya. Dalam konteks komunitas digital, gaya komunikasi tidak hanya tercermin dari kata-kata, tetapi juga melalui simbol dan tanda visual seperti huruf kapital, emoji, dan tanda baca berlebih. Knapp dan Hall (2010) menjelaskan berbagai gaya komunikasi, mulai dari asertif, agresif, pasif, pasif-agresif, hingga manipulatif. Dalam komunitas marah-marah, gaya agresif dan pasif-agresif cenderung dominan karena pengguna menyalurkan kemarahan atau kekecewaan dalam bentuk kritik tajam, sindiran, atau ekspresi emosional terbuka.

Komunikasi antarpersonal dipahami sebagai pertukaran pesan yang bertujuan membangun atau mempertahankan hubungan sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital. DeVito (2013) menegaskan bahwa komunikasi antarpersonal melibatkan dimensi emosional dan hubungan timbal balik yang tetap bisa terjalin meski dilakukan secara daring. Teori Social Information Processing dari Walther (1996) juga menunjukkan bahwa interaksi berbasis komputer mampu menghasilkan kedekatan relasional setara dengan komunikasi tatap muka. Dalam konteks media sosial, batas antara ranah publik dan privat menjadi kabur, sehingga interaksi antarpersonal berlangsung dalam ruang yang ekspresif sekaligus rentan memicu konflik.

Komunitas daring seperti MARAH-MARAH di media sosial X merupakan wujud nyata ekspresi emosional kolektif. Anonimitas mendorong pengguna lebih bebas mengekspresikan kemarahan atau kritik sosial, sebagaimana dijelaskan Suler (2004) melalui konsep efek disinhibisi online. Twitter/X dengan karakter pesan singkat, cepat, dan publik, menyediakan ruang terbentuknya affective publics (Papacharissi, 2015), yakni komunitas yang diikat oleh emosi bersama. Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan metode netnografi (Kozinets) yang memungkinkan peneliti terlibat secara imersif dalam komunitas digital, mengamati jejak interaksi, serta menggali makna emosional yang tercermin dalam gaya komunikasi anggotanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Komunitas MARAH-MARAH

Penelitian ini meneliti unggahan cuitan dari empat anggota Komunitas MARAH-MARAH, yang diunggah pada periode bulan Mei khusus nya pada tanggal 10, 14, 16, dan 22 Mei 2025.

Komunitas MARAH-MARAH dibuat oleh akun pengguna @gualism pada 24 Agustus, 2022. Dijelaskan bahwa Komunitas MARAH-MARAH adalah wadah untuk marah-marah, yang tweet unggahan nya bisa beresiko tersebar keluar dari komunitas tersebut. Hanya anggota komunitas yang dapat memposting tweet, sehingga jika ingin meluapkan kekesalan ataupun pengalamannya, tentu wajib menjadi anggota pada Komunitas MARAH-MARAH. Komunitas MARAH-MARAH memiliki peraturan khusus untuk setiap anggota yang ingin mengunggah tweet, yaitu dilarang mengunggah barang jual, postingan tidak pantas seperti mengandung sara, kekerasan, hingga judi. Juga dilarang untuk menjual cerita sedih hanya karena ingin mendapat keuntungan semata.

Penyajian Data

Berikut terdapat 4 akun X, yang telah peneliti pilih untuk penelitian ini.

1. Tweet username @nservingcut Cuitan yang dibagikan oleh pengguna akun ini cukup dramatis sekaligus traumatis, dikarenakan pengalamannya yang kurang menyenangkan menimpa. Namun peneliti memilih untuk merangkum kejadian tersebut karena cuitan yang diunggah sangat Panjang, terperinci, hingga bias disebut *threads*. Pada tweet atau cuitan yang disampaikan oleh @nservingcut ini menceritakan pengalamannya, yaitu telah dicuri ponsel miliknya oleh kedua orang yang tertera pada foto. Pengguna tersebut bercerita bahwa ponsel miliknya terjatuh tanpa sadar, lalu ada seseorang yang membawa ponselnya hingga mencoba untuk menjualnya pada toko ponsel dengan tanpa berniat untuk mencari pemilik aslinya terlebih dahulu. Karena kejadian tersebut, membuat pengguna akun @nservingcut merasa emosi, hingga mengunggah pengalamannya di Komunitas MARAH-MARAH sebagai luapan emosinya. Pada cuitan tweet yang diunggah pada 22 Mei 2025 milik @nservingcut, bisa diidentifikasi menjadi gaya komunikasi yang sangat dramatis, berdasarkan analisis terhadap cuitan dan tanggapan dari akun @nservingcut dalam Komunitas MARAH-MARAH, gaya komunikasi antarpersonal yang dominan teridentifikasi sebagai gaya dramatis yang dipadukan dengan unsur contentious (konfrontatif). Pengguna @nservingcut menyampaikan pengalamannya dengan bahasa yang sangat ekspresif, hiperbolis, dan penuh emosi, seperti penggunaan kata "ANJINGGGG", "KONTOL", serta repetisi tanda seru dan titik yang memperkuat intensitas kemarahan. Narasinya dibangun layaknya cerita drama dengan alur kronologis yang detail, dilengkapi bukti visual (foto pelaku dan kondisi HP), sehingga berhasil menarik perhatian massal (8,5 juta tayangan). Gaya ini tidak hanya bertujuan untuk meluapkan emosi, tetapi juga membangun empati dan solidaritas kolektif melalui dramatisasi pengalaman personal. Namun, gaya dramatis ini juga memicu respons yang beragam,

memperlihatkan dinamika contentious dalam tanggapan netizen. Sebagian besar interaksi antarpersonal dalam kolom balasan diwarnai oleh debat sengit antara pihak yang mendukung korban (@nionaq, @Qquokka) dengan pihak yang menyalahkan korban atau membela pelaku (@loocycana, @jjsengui2). Bahasa yang digunakan dalam tanggapan-tanggapan ini cenderung agresif dan provokatif, seperti komentar yang menyebut "mental tempe lembek" atau "koar-koar di internet", menunjukkan kecenderungan untuk berargumentasi secara konfrontatif tanpa mencari solusi. Pola ini mencerminkan norma komunitas yang mengizinkan ekspresi emosi negatif secara terbuka, bahkan jika berujung pada konflik. Selain itu terdapat gaya terbuka dimana @uservingcut membagikan detail yang sangat pribadi seperti lokasi, jenis, aplikasi, kerusakan HP secara transparan untuk memperkuat validitas cerita. Hal tersebut memicu respons friendly dari sebagian yang memberikan dukungan emosional dan empati, meskipun tenggelam dengan respons konfrontatif.

2. Tweet username @onyourm_aro membuat cuitan yang menceritakan kemarahannya pada seseorang yang menyinyir atau memandang sebelah mata orang yang melanjutkan studi na untuk berkuliah. Ia diketahuin menjadi mahasiswa aktif, merasa kesal dan menyayangkan adanya pemikiran bahwa kuliah itu tidak penting. Namun nyatanya keputusan berkuliah itu adalah hak masing-masing orang. Dapat diidentifikasi bahwa gaya komunikasi yang disampaikan berupa *contentous* hingga merujuk dominan. Karena gaya ini penuh konfrontasi, mengandung kritik tajam terhadap kelompok yang menyindir mahasiswa, menggunakan kata-kata emosional dan kasar. Adanya unsur dominan karena tersirat nada tegas, mempertanyakan secara keras, seolah ingin memimpin opini atau percakapan. Selain itu komunikasi ini juga mengungkapkan adanya gaya terbuka dimana @onyoutm_aro dan banyak netizen lainnya secara teransparan membagikan pengalaman pribadi terkait tekanan sosial dan sigma tentang pendidikan. Kombinasi gaya contentious, dominant, dan open ini menciptakan dinamika yang memicu keterlibatan tinggi (1,4 juta tayangan, 450 komentar), tetapi juga memperjelas batas antara dukungan solidaritas dan konflik antarpersonal yang tidak terselesaikan.
3. Tweet username @damndont09 membagikan keluh kesahnya mengenai UMR yang menurutnya sangat tidak sebanding dengan bobot pekerjaan yang ada. UMR atau Upah Minimum Regional digunakan untuk menyebut standar upah yang ditetapkan oleh pemerintah daerah untuk suatu wilayah (Provinsi atau Kabupaten/Kota). Ia menyebut bahwa upah yang sudah rendah, nyatanya masih ada upaya pemangkasan upah dibawah UMR. Membuat pengguna akun tersebut merasa geram dengan dunia pekerjaannya. Ungkapan keluh kesah, yang diunggah pengguna akun @damndont09 tentu memiliki gaya komunikasi yang beragam. Cuitan tersebut memiliki unsur gaya komunikasi yang cenderung dramatis, hingga *contentious*. Dramatis karena adanya ungkapan yang sangat menonjol mengenai keluhan hingga merujuk emosi, menggunakan bahasa yang cukup sarkas, sehingga terlihat sangat berani

dan menarik perhatian . Ada pula *contentious*, karena cuitan tersebut sangat memancing argumen, kritis, hingga dapat memicu perdebatan topik yang sedang dibahas.

4. Tweet username @yotogurt @yotogurt membagikan pengalaman kurang baiknya, dengan pengemis jalanan. Awalnya ketika @yotogurt melihat pengemis didepan sebuah minimarket, karena kebetulan dirinya berada di sekitar daerah tersebut, dengan rasa iba pengguna akun @yotogurt memberi sedikit rezeki nya sebesar dua puluh ribu kepada pengemis tersebut. Cuitan yang diunggah oleh @yotogurt pada 10 Mei 2025, cukup menerima banyak perhatian. Mulai dari jumlah suka sebanyak 27 ribu, penayangan sebanyak 948 ribu, hingga 564 komentar. Sebagian besar komentar sangat menyayangkan hal itu terjadi, dan menganggap bahwa pengguna akun @yotogurt terlalu baik, polos, sekaligus naif. Berdasarkan analisis terhadap cuitan dan tanggapan dari akun @damndont09 dalam Komunitas MARAH-MARAH, gaya komunikasi antarpersonal yang dominan teridentifikasi sebagai gaya dramatis yang dipadukan dengan gaya *contentious* (konfrontatif). Pengguna @damndont09 menyampaikan keluh kesah mengenai ketidakadilan Upah Minimum Regional (UMR) dengan bahasa yang hiperbolis, sarkastik, dan penuh emosi, seperti pernyataan "UMR bukan upah minimum tapi upah maksimal" yang menyiratkan kritik tajam terhadap sistem upah di Indonesia. Narasinya dibangun dengan ekspresi yang berlebihan untuk menonjolkan kontras antara beban kerja berat dan imbalan yang tidak memadai, sehingga menciptakan efek dramatis yang mudah menarik empati dan perhatian massa. Gaya ini tidak hanya bertujuan untuk meluapkan kekecewaan pribadi, tetapi juga untuk menyoroti ketidakadilan struktural secara kolektif.

Secara keseluruhan, interaksi dalam komunitas ini menunjukkan bagaimana gaya komunikasi antarpersonal didominasi oleh kombinasi dramatisasi masalah dan konfrontasi langsung dengan pihak yang dianggap bertanggung jawab (pemerintah, perusahaan). Gaya ini tidak hanya memicu keterlibatan tinggi melalui respons emosional, tetapi juga menciptakan ruang di mana kritik sosial disampaikan secara mentah tanpa upaya resolusi konstruktif. Unsur dramatis berperan dalam membangun narasi kolektif tentang penderitaan, sementara unsur *contentious* memperjelas sikap oposisional terhadap status quo. Dinamika ini mempertegas fungsi Komunitas MARAH-MARAH sebagai wadah katarsis digital, tetapi juga mengungkap keterbatasannya dalam mentransformasikan kemarahan menjadi diskusi yang produktif.

Analisis Gaya Komunikasi

1. Gaya *contentious* (konfrontatif) dengan gaya dramatic sebagai pola utama interaksi. Gaya *contentous* tercermin dalam kecenderungan sistematis anggota komunitas untuk menggunakan bahasa yang provokatif, argumentatif, dan penuh tantangan, baik dalam tweet utama maupun

respons yang ada. Pada tweet @nservingcunt, gaya ini muncul melalui konfrontasi langsung terhadap pelaku pencurian dengan kata-kata kasar ("KONTOL ANAK MONYET"), sementara pada tweet @damndont09.

2. Gaya *dramatic*: menurut Norton mendefinisikan gaya ini sebagai penggunaan cerita dan bahasa yang hidup untuk menciptakan dampak emosional, yang terlihat dari narasi panjang @useringcunt yang dilengkapi kronologi detail dan bukti visual. Gaya *dramatic* ini tidak hanya memperkuat intensitas keluhan tetapi juga berfungsi sebagai strategi untuk menarik perhatian dan empati dalam ekonomi perhatian media sosial, dimana konten yang dramatis, cenderung lebih viral.
3. Gaya *open*: ditandai dengan keterbukaan membagikan pengalaman pribadi yang rentan seperti @azzachraw yang mengakui keinginan kuliah atau @firdaus_00 yang mengungkapkan gaji honorer, sesuai dengan karakteristik Norton tentang komunikasi yang transparan dan jujur.
4. Gaya *friendly*: pola ini menunjukkan kompleksitas dinamika komunikasi dalam komunitas, di mana katarsis emosional tidak hanya diwujudkan melalui kemarahan tetapi juga melalui solidaritas dan keterbukaan.

Identifikasi Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal tetap berperan penting dalam komunitas online seperti MARAH-MARAH. Meskipun tidak dilakukan tatap muka, media sosial X memfasilitasi interaksi yang ekspresif, membangun solidaritas, dan menciptakan hubungan emosional di antara anggota komunitas.

Berdasarkan teori Joseph A. DeVito, terdapat beberapa aspek utama komunikasi antarpersonal yang tampak jelas dalam komunitas ini:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Anggota komunitas cenderung membagikan pengalaman pribadi secara terbuka, terutama yang sarat emosi negatif seperti kehilangan, frustrasi, atau kekecewaan. Contohnya: @nservingcunt mengungkapkan kekecewaan atas ponsel yang hilang. @onyourm_aro membagikan pengalaman dikritik karena melanjutkan pendidikan. @damndont09 meluapkan kemarahan soal UMR yang dianggap tidak adil. @yotogurt mengekspresikan kekecewaan karena uang pemberiannya dipakai untuk rokok, bukan makanan.

2. Empati dan Dukungan

Respon netizen sering kali berupa dukungan emosional dan validasi pengalaman, meskipun kadang bercampur dengan komentar sinis. Hal ini menunjukkan adanya fungsi komunitas sebagai ruang untuk mencari pengakuan dan solidaritas.

3. Positivitas dan Kesetaraan

Beberapa interaksi memperlihatkan sikap saling menyemangati dan berbagi pengalaman yang serupa, sehingga menumbuhkan rasa kebersamaan. Namun, keterbukaan ini tidak selalu

diimbangi dengan kesiapan menerima perspektif lain, sehingga kadang memicu konflik atau *over-disclosure*.

Secara umum, komunikasi antarpersonal di komunitas MARAH-MARAH menciptakan ilusi kedekatan emosional, di mana keterusterangan lebih berfungsi sebagai katarsis individu daripada upaya membangun relasi yang sehat dan konstruktif.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antarpersonal yang terbentuk dalam komunitas MARAH-MARAH di media sosial X memiliki karakteristik unik. Interaksi yang terjadi tidak hanya sekadar pertukaran pesan, melainkan sarat dengan ekspresi emosi, pencarian dukungan, dan bahkan konfrontasi. Dalam konteks ini, komunikasi antarpersonal tidak bisa dipahami hanya dari sisi pertukaran informasi, tetapi juga dari fungsi psikologis dan sosial yang dijalankannya.

1. Komunitas Daring sebagai Ruang Katarsis: Komunitas MARAH-MARAH berfungsi sebagai ruang katarsis digital, di mana individu dapat mengekspresikan tekanan emosional tanpa harus berhadapan langsung dengan konsekuensi sosial di dunia nyata. Hal ini sejalan dengan teori disinhibisi online (Suler, 2004) yang menyatakan bahwa anonimitas di ruang digital membuat individu lebih terbuka dalam menyampaikan emosi, termasuk kemarahan dan kekecewaan. Dalam kasus akun @nservingcunt maupun @damndont09, keterusterangan dalam mengungkapkan masalah pribadi menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana untuk melepaskan beban psikologis.
2. Identifikasi Unsur Komunikasi Antarpersonal: Mengacu pada konsep Joseph A. DeVito, interaksi di komunitas ini mencerminkan unsur-unsur utama komunikasi antarpersonal:
 - a. Keterbukaan (*Openness*): Anggota dengan berani mengungkap pengalaman pribadi yang biasanya dianggap sensitif di ruang offline. Misalnya, curhatan tentang kehilangan barang berharga atau ketidakpuasan terhadap kondisi pekerjaan.
 - b. Empati dan Dukungan: Balasan netizen sering kali berupa validasi, tanda solidaritas, dan empati emosional. Walaupun tidak semua tanggapan positif, keberadaan komentar suportif memperlihatkan bahwa komunikasi antarpersonal digital mampu membangun rasa kebersamaan.
 - c. Positivitas dan Kesetaraan: Hubungan di dalam komunitas dibangun melalui pengalaman serupa, sehingga menciptakan rasa "satu suara". Namun, adanya komentar bernada konfrontatif menunjukkan bahwa kesetaraan ini bersifat dinamis, bisa berubah menjadi konflik ketika nilai atau sudut pandang berbeda.
3. Gaya Komunikasi yang Dominan Berdasarkan teori Norton (1978), gaya komunikasi yang muncul dalam komunitas MARAH-MARAH beragam, namun cenderung didominasi oleh:
 - a. Dramatis: Tampak dari penggunaan tanda baca berlebihan, huruf kapital, hiperbola, bahkan meme sebagai sarana memperkuat pesan emosional.

- b. *Contentious*: Banyak anggota menggunakan gaya argumentatif, menantang, atau kritis terhadap opini orang lain.
 - c. *Friendly*: Meski lebih sedikit, gaya ini terlihat pada komentar yang berisi empati, dukungan, atau sekadar memberikan semangat.
 - d. *Dominan*: Beberapa akun berusaha menjadi pengarah percakapan dengan opini yang tegas dan otoritatif.

Gaya komunikasi ini menunjukkan bahwa meskipun tujuannya sama — yakni meluapkan emosi — cara penyampaian setiap anggota bisa berbeda, tergantung kepribadian dan konteks sosial.
4. **Dinamika Solidaritas dan Konflik**: Komunikasi dalam komunitas MARAH-MARAH memperlihatkan paradoks. Di satu sisi, komunitas ini membangun solidaritas dengan menciptakan ruang aman bagi ekspresi emosional. Anggota merasa bahwa pengalaman mereka divalidasi oleh orang lain, sehingga terbentuk semacam kohesi sosial berbasis emosi. Namun, di sisi lain, gaya komunikasi yang agresif dan *contentious* sering kali memicu konflik. Perdebatan sengit, komentar sinis, dan kritik tajam menjadi bukti bahwa komunikasi antarpersonal di media sosial tidak selalu berujung pada dukungan, tetapi juga bisa melahirkan polarisasi.
5. **Transformasi Komunikasi Antarpersonal di Era Digital**: Temuan penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi antarpersonal di era digital tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka. Platform seperti X memungkinkan terjadinya relasi emosional yang sama intensnya, bahkan terkadang lebih terbuka daripada interaksi langsung. Hal ini mendukung Social Information Processing Theory (Walther, 1996) yang menyatakan bahwa komunikasi berbasis komputer tetap dapat mencapai kedalaman relasional, asalkan interaksi berlangsung konsisten. Dalam konteks komunitas MARAH-MARAH, kedalaman relasional tersebut tampak pada cara anggota saling berbagi pengalaman traumatis, memberi validasi, atau bahkan berdebat mengenai isu yang dianggap penting. Namun, kedalaman ini juga disertai dengan risiko, seperti over-disclosure, konflik, dan dampak psikologis negatif ketika ekspresi emosional tidak mendapatkan respon yang diharapkan.
6. **Implikasi Sosial dan Akademis**: Secara sosial, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi digital, terutama dalam memahami dampak gaya komunikasi agresif di ruang publik. Ekspresi kemarahan yang tidak terkontrol dapat memperburuk konflik, sementara gaya komunikasi empatik dapat memperkuat dukungan sosial. Bagi akademisi, penelitian ini menambah perspektif tentang bagaimana gaya komunikasi antarpersonal bertransformasi di media sosial, serta bagaimana komunitas daring membentuk pola komunikasi baru yang tidak sepenuhnya sejalan dengan interaksi tatap muka.

SIMPULAN

Gaya komunikasi antarpersonal yang digunakan oleh anggota Komunitas MARAH-MARAH di media sosial X

Berdasarkan analisis mendalam terhadap interaksi dalam Komunitas MARAH-MARAH di platform X, terdapat beberapa faktor kunci yang memengaruhi pemilihan gaya komunikasi oleh anggota komunitas. Faktor pertama dan paling dominan adalah karakteristik platform X itu sendiri yang mendorong komunikasi spontan, ekspresif, dan terbatas secara karakter. Batas 280 karakter memaksa pengguna untuk menyampaikan pesan secara singkat namun padat emosi, seringkali dengan mengorbankan nuansa dan kesantunan. Fitur seperti retweet dan quote tweet memperamplifikasi konten yang provokatif dan dramatis, menciptakan insentif bagi anggota untuk mengadopsi gaya komunikasi yang hiperbolis dan contentious agar mendapatkan perhatian dan validasi sosial. Selain itu, sifat semi-anonim platform memungkinkan anggota untuk mengekspresikan emosi negatif tanpa takut terhadap konsekuensi langsung dalam kehidupan nyata, sehingga mendorong pelepasan emosi yang lebih bebas dan tanpa filter.

Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi anggota komunitas memilih gaya komunikasi di Komunitas MARAH-MARAH

Faktor pertama adalah norma dan budaya komunitas yang telah terbentuk secara organik. Komunitas MARAH-MARAH telah menetapkan ekspresi kemarahan sebagai bentuk komunikasi yang legitimate dan bahkan diharapkan. Anggota yang baru bergabung dengan cepat belajar melalui observasi bahwa gaya komunikasi yang dramatis, konfrontatif, dan penuh emosi lebih mungkin mendapatkan respons dan dukungan daripada gaya yang measured dan rasional. Proses ini, yang dikenal sebagai sosialisasi komunitas daring, menciptakan tekanan tidak langsung untuk konformitas terhadap gaya komunikasi yang dominan. Bahasa kasar, hiperbola, dan penyebaran pengalaman pribadi yang intim menjadi semacam mata uang sosial yang memperkuat ikatan kelompok dan identitas kolektif sebagai komunitas yang "marah bersama".

Faktor kedua berkaitan dengan motivasi psikologis individu. Banyak anggota bergabung dengan komunitas ini untuk mencari katarsis emosional pelampiasan kemarahan, frustrasi, atau kekecewaan yang tidak dapat diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya komunikasi Contentious dan dramatic dipilih karena dianggap paling efektif untuk mencapai pelepasan emosional ini. Selain itu, kebutuhan akan validasi sosial dan dukungan emosional mendorong anggota untuk membingkai pengalaman mereka secara dramatis agar mendapatkan empati dan solidaritas dari anggota lain. Dalam beberapa kasus, gaya komunikasi juga dipengaruhi oleh rasa ketidakberdayaan terhadap sistem yang lebih besar (seperti ketidakadilan upah atau sistem pendidikan), sehingga kemarahan yang diekspresikan secara kolektif menjadi cara untuk mereklamasi agency secara simbolis.

Faktor ketiga adalah karakteristik topik yang dibahas. Isu-isu yang dibicarakan dalam komunitas seperti ketidakadilan, pengalaman traumatis, atau frustrasi sehari-hari secara inherent bersifat emosional

dan personal. Topik-topik ini secara alami memicu respons afektif yang kuat, sehingga anggota cenderung mengadopsi gaya komunikasi yang sesuai dengan sifat emosional dari topik tersebut. Misalnya, pengalaman menjadi korban kejahatan (@nservingcunt) atau ketidakadilan upah (@damndont09) hampir mustahil untuk dibahas dengan gaya yang netral dan rasional dalam konteks komunitas yang berbasis katarsis.

Terakhir, latar belakang sosial dan budaya anggota juga berperan penting. Sebagian besar anggota berasal dari generasi muda (18-34 tahun) yang telah terbiasa dengan gaya komunikasi informal dan ekspresif di media sosial.

Budaya komunikasi digital Indonesia yang cenderung toleran terhadap bahasa kasar dan ekspresi emosi yang flamboyan juga memengaruhi pilihan gaya komunikasi. Selain itu, pengalaman bersama sebagai generasi yang menghadapi tantangan ekonomi dan sosial yang serupa menciptakan common ground yang memfasilitasi adopsi gaya komunikasi yang kolektif dan ekspresif.

Secara keseluruhan, pemilihan gaya komunikasi dalam Komunitas MARAH-MARAH bukanlah fenomena yang terjadi dalam vakum, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara desain platform, norma komunitas, kebutuhan psikologis individu, sifat topik pembicaraan, dan konteks sosial- budaya yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In H. Axel Bruns, Jean Burgess, & E. Highfield (Eds.), *Twitter and society* (pp. 13–28). Peter Lang.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Nielsen, R. K. (2022). News audiences and the emotional turn in journalism. *Journalism*, 23(3), 577–593. <https://doi.org/10.1177/1464884921996301>
- O’Sullivan, P. B., & Carr, C. T. (2018). Masspersonal communication: A model bridging the mass–interpersonal divide. In C. T. Salmon (Ed.), *Communication yearbook 42* (pp. 199–247). Routledge.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Norton, R. W. (1978). Foundation of a communicator style construct. *Human Communication Research*, 4(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00605.x>
- Devito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (ed. revisi). Remaja Rosdakarya.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20.

- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Nabila, S. (2024). Analisis Gaya Berkomunikasi Online Influencer Vania Winola melalui Akun TikTok @vania. *Jurnal Komunikasi Digital*, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Retrieved from <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/2273>
- Pradhan, J., & Singh, S. (2023). Unraveling the Impact of Social Media on Interpersonal Communication and Relationship. *International Journal of Research Publication and Reviews*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/369440118_Unraveling_the_Impact_of_Social_Media_on_Interpersonal_Communication_and_Relationship
- Ananthasubramaniam, A., Chen, H., Yan, J., Alkiek, K., Pei, J., Seth, A., Dunagan, L., Choi, M., Litterer, B., & Jurgens, D. (2023). Exploring Linguistic Style Matching in Online Communities: The Role of Social Context and Conversation Dynamics. *arXiv*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2307.02758>
- Savira, A., Anindhita, W., & Putri, M. L. (2024). Dampak dan Penerapan Komunikasi Intrapersonal melalui Media Sosial. *Buana Komunikasi*, 5(1), 47–52.
- Hasibuan, A. K., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Facebook terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2017 UIN Sumut. *SIBATIK Journal*, 2(3), 1079–1080.