

Mengapa Orang Mengunggah Isu Pemilu Di Media Sosial?: Motivasi *Trolling*

Laila Indra Lestari*, Melly Amalia Vardia

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: laila.indra.fpsi@um.ac.id

Abstract

We live in the age of technological abundance in the twenty-first century. The arrival of networked digital machines and information flow is slowly but steadily shaping practically every aspect of our daily lives. Social media platforms, for example, provide a new mode of communication that allows users to engage in discussions and exchange opinions on a variety of topics, fostering global dialogue. As is happening in today's politics, social media is a dangerous threat to democracy and pluralism. Social media, as it is in today's politics, is a dangerous threat to democracy and pluralism. We are witnessing the birth of a new political language game, with trolling as one of the primary moves, as a result of the rise of social media. Social media not only poses a unique threat to local politics but also global peace and stability. The purpose of this study is to explain why trolls spread rumors on social media. This study was conducted on netizens who actively engaged in trolling behavior. We used a qualitative paradigm with a phenomenological approach to investigate the role of motivation in trolling behavior to share substantiated and unsubstantiated content of the Indonesian election. Results show that trolling is motivated by two factors, according to the findings: intrinsic motivation (i.e. problem-solving, education, and seeking attention, as well as supporting social factors) (i.e. environment and timing).

Keywords: issue, motivation, social media, trolling.

Abstrak

Di abad ke-21, kita hidup di era teknologi yang berkembang sangat cepat. Keberadaan media digital dan informasi perlahan namun pasti memengaruhi hampir setiap elemen dari kehidupan kita sehari-hari. Misalnya, *platform* media sosial memberikan bentuk pola komunikasi baru yang memungkinkan seseorang terlibat dalam diskusi dan bertukar pendapat tentang berbagai topik. Kemudahan dalam berkomunikasi ini menciptakan dialog pada skala global. Seperti dalam politik kontemporer yang terjadi saat ini, media sosial adalah ancaman berbahaya yang dapat disalahgunakan untuk demokrasi dan pluralisme. Dengan maraknya media sosial, muncul permainan bahasa politik baru, salah satunya disebut dengan *trolling*. Fokus penelitian ini adalah mengeksplor motivasi *troll* yang membagikan informasi dan rumor di media sosial. Penelitian ini dilakukan pada netizen yang berpartisipasi aktif dalam perilaku *trolling*. Untuk mengeksplorasi peran motivasi perilaku *trolling* untuk berbagi konten pemilu Indonesia, kami menggunakan paradigma kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Hasil temuan menunjukkan bahwa faktor yang memotivasi netizen melakukan *trolling* yakni motivasi intrinsik yang meliputi topik yang menarik, memenuhi kebutuhan emosional dan kebutuhan kognitif, motivasi ekstrinsik yang meliputi problem solving, education, dan mencari perhatian, serta faktor sosial pendukung yang meliputi lingkungan dan waktu.

Keywords: isu; motivasi; media sosial, *trolling*

1. Pendahuluan

Di era revolusi digital, keberadaan teknologi memberikan kemudahan dalam berbagi informasi secara cepat, tanpa batas ruang dan waktu. Setiap orang dapat membagikan informasi apapun yang mereka inginkan. Ketidakterbatasan ini menimbulkan banjir informasi yang kemudian menghadirkan berbagai dampak sosial dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, fasilitas platform media sosial menyediakan bentuk komunikasi baru yang memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam diskusi maupun pertukaran pendapat tentang berbagai topik, sehingga menciptakan dialog pada skala global. Adanya fasilitas tersebut memunculkan ratusan hingga ribuan utas komentar yang berisi diskusi kritis. Meningat banyaknya pengguna media sosial, maka salah satu cara untuk mendapatkan perhatian pembaca adalah unggahan yang menarik perhatian. Namun tidak jarang unggahan ini kemudian menimbulkan potensi kerusakan dalam komunitas *online*. Salah satu jenis perilaku mengganggu di media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram dikenal dengan istilah *trolling*.

Menurut berbagai literatur, kata “*troll*” mengacu pada pelaku, sedangkan kata “*trolling*” mengacu pada aktivitas. Istilah *trolling* telah banyak digunakan untuk menjelaskan berbagai jenis perilaku antisosial dalam pengaturan online (Cheng et al., 2017; Hardaker, 2010). Berdasarkan penelitian mengenai subkultur *trolling* oleh Phillips (2015) bahwa *trolling* merupakan suatu aktivitas yang disengaja, memiliki tujuan jangka panjang, terorganisir, dan pelaku mengetahui apa yang mereka lakukan. Sebaliknya, para psikolog biasanya mengkarakterisasi *trolling* tanpa mengacu pada niat pelaku. Mereka lebih menyoroti pola perilaku yang khas yang mana *online trolling* merupakan praktik perilaku dengan cara menipu, merusak, atau mengganggu lingkungan sosial di internet tanpa tujuan instrumental yang jelas (Baston & Kenyah-Dampney, 2020; Buckels et al., 2014).

Perilaku antisosial yang dilakukan di ruang maya dapat dilihat sebagai perpanjangan dari perilaku yang serupa luring, seperti tindakan agresi, pelecehan (*harassment*), dan *bullying* (Cheng et al., 2017). Sehingga memahami perbedaan dan keterkaitan antara *trolling* dan perilaku anti-sosial *online* lainnya seperti *cyberbullying*, *hacking*, dan *flaming* merupakan hal penting. Buckels et al., (2014) menggambarkan perbedaan antara *troll* (pelaku *trolling*) dan *cyber-bully* (pelaku *cyberbullying*) berdasarkan pada tujuan tindakannya. Pada *cyberbullying*, perilaku bersifat langsung dan memiliki target khusus, identitas pelaku biasanya jelas dan tujuannya lebih terang-terangan seperti menyakiti orang lain (Buckels et al., 2014; Nycyk, 2017; Sest & March, 2017), dan pada umumnya melibatkan hubungan yang sudah ada sebelumnya antara pelaku *cyber-bully* dan korban (Cruz et al., 2018). Lebih lanjut, *cyberbullying* bertujuan untuk menyebabkan kerugian pada individu tertentu yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan *trolling* terdiri dari berbagai perilaku yang lebih luas dan bisa terjadi satu kali, tidak disengaja atau memiliki tujuan tertentu (Cheng et al., 2017; Golf-Papez & Veer, 2017).

Secara khusus, perilaku *online trolling* cenderung memposting dan menyebarluaskan informasi yang provokatif, ofensif, tidak benar, sengaja dipalsukan, atau yang tampaknya benar serta dimaksudkan untuk memperburuk atau mengganggu interaksi dan komunikasi *online* (Coles & West, 2016; Tsantarliotis et al., 2017). Hal senada juga diungkapkan oleh Hardaker & Claire (2010), *trolling* adalah tindakan memprovokasi orang lain secara sengaja sehingga mengakibatkan konflik, reaksi yang sangat emosional, dan mengganggu komunikasi untuk tujuan hiburan bagi pelaku. *Trolling* juga mengarah pada respons perilaku negatif atau respons kekerasan (Hong & Cheng, 2018).

Di Indonesia, wacana politik masyarakat memainkan peran penting dalam orientasi politik suatu demokrasi. Setiap warga negara yang telah memenuhi syarat harus berpartisipasi dalam wacana ini sebagaimana yang tertuang dalam UUD 1945. Semua individu, terlepas dari kelas sosial atau pendidikan mereka, harus dapat berpartisipasi dengan cara yang sama. Namun, wacana politik memiliki beberapa batasan untuk partisipasi dalam hal isi dan bentuk (Baston & Kenyah-Dampsey, 2020).

Saat ini, teknologi seperti *platform* media sosial memainkan peran penting dan turut berkontribusi dalam penyebaran informasi maupun argumentasi politik. Masyarakat lebih banyak memperoleh informasi politik mereka dari media sosial dan menghabiskan banyak waktu untuk berkomunikasi dan berdiskusi dengan orang lain (Shugars & Beauchamp, 2019). Kehadiran *troll* di ruang *online* dapat menciptakan permusuhan yang dapat menghambat pengembangan komunitas *online*, seperti adanya polarisasi pendapat dan kepercayaan dalam kelompok (Coles & West, 2016). Sebagai contoh, pada tahun politik seringkali terjadi pertukaran partisan politik pedas di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram maupun media sosial lain yang berpotensi memancing pandangan politik. Kondisi media sosial seperti ini dikhawatirkan menjadi ancaman berbahaya dan disalahgunakan sehingga merusak demokrasi dan pluralisme. Selain itu, hal ini juga dikhawatirkan menimbulkan polarisasi diantara masyarakat yang berpotensi merusak kesatuan NKRI, mengingat tidak semua informasi yang tersebar dapat diketahui kebenarannya secara pasti.

Fichman & Sanfilippo (2016) menyebutkan *political troll* sebagai salah satu jenis *trolling* yang tujuannya melemahkan ideologi lawan atau oposisi. Pada umumnya, pelaku *political troll* seringkali mengajukan argumen yang bertentangan, mengejek lawan, dan mengunggah komentar keterlaluan untuk membuka dialog keras antara partisan dan bertujuan untuk melemahkan lawan (Fichman & Sanfilippo, 2016). Selain itu, pelaku *political troll* juga biasa menggunakan lelucon dan sindiran untuk mengekspresikan dukungan semu terhadap keadaan yang ekstrem, serta menggunakan teknik penamaan dan mempermalukan.

Hingga saat ini *trolling* sudah banyak dikaji oleh berbagai perspektif disiplin akademik seperti jurnalisme (Binns, 2012), psikologi (Buckels et al., 2014), sistem informasi (Shachaf & Hara, 2010), budaya (Hardaker, 2010), gender (Fichman & Sanfilippo, 2015), dan kemudian melahirkan berbagai definisi, yang mana masing-masing memiliki fokus berbeda. Meskipun demikian, penjelasan mengenai definisi *trolling* sendiri masih belum begitu jelas. *Trolling* diketahui memiliki berbagai macam praktik, makna, konteks dan implikasi yang nyata, sehingga memiliki ciri yang beragam menurut literatur ilmiah, diskusi media, dan diskusi umum.

Adapun penelitian yang telah dilakukan mencoba menentukan prediktor yang memicu seseorang melakukan *trolling* khususnya dalam konteks politik. Penelitian terbaru menemukan adanya peran kepribadian dalam memprediksi perilaku *trolling*. Bishop (2013) dan Buckels et al. (2014) menemukan bahwa *troll* menunjukkan *Dark Tetrad* trait yang tinggi (narsisme, machiavellianisme, psikopati, dan kepribadian sadisme). Namun, hal tersebut bertentangan dengan penelitian Craker & March (2016) yang mengemukakan bahwa prediktor terbaik dari *trolling* lebih pada motivasi sosial daripada kepribadian. Lebih lanjut, Craker & March (2016) juga menegaskan bahwa *trolling* tidak didorong oleh sifat bawaan individu tetapi lebih disebabkan oleh lingkungan. Mekanisme lain yang turut memicu *trolling* diketahui seperti suasana hati, diskusi dan konteks sekitarnya memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam *trolling* (Cheng et al., 2017). Yang menarik, perilaku *trolling* juga dapat menyebar atau menular

dari satu orang ke orang lain dalam diskusi dan menjangkau lebih jauh di masyarakat (Cheng et al., 2017). Penelitian lain mengenai *trolling* juga menemukan beberapa motivasi yang mendasari, seperti motivasi sosial, ideologis, kenikmatan (Sanfilippo et al., 2018), konformitas (Griffiths, 2014); serta sebagai bentuk aktivisme, kesenangan, dan kedengkian (Fichman & Sanfilippo, 2015).

Saat ini, fenomena *trolling* telah berkembang dan menjadi lebih heterogen (Baston & Kenyah-Dampsey, 2020; Phillips, 2015). Dalam konteks politik, *trolling* sering berkaitan dengan tindakan provokasi. Sebagai contoh, berita palsu yang dapat menyebar dalam sekejap, hal ini akan menjadi masalah karena banyak bias konfirmasi yang tidak tersedia (Buckels, Trapnell, & Paulhus, 2014; Sest & March, 2017). Tidak jarang konten yang diunggah merupakan informasi atau berita yang salah. Namun terlepas dari benar atau salah, konten tersebut dapat menyebar secara luas dan mempengaruhi pembentukan opini diantara orang-orang yang cenderung mempercayai sumber yang tidak berdasar (Mocanu et al., 2015). Terlebih adanya fitur seperti *like*, *sharing*, *repost*, *retweet*, dll sangat mengeksploitasi elemen psikologi manusia, dan membuat manusia cenderung untuk menerima berita sesuai dengan cara pandangnya saat ini (Syuhada, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas penelitian sebelumnya dengan mengeksplorasi motivasi yang melatarbelakangi perilaku *trolling*. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada perilaku *trolling* seperti menyebar isu-isu maupun informasi terkait pemilu 2019 di Indonesia. Berdasarkan hasil *preliminary study* yang telah dilakukan melalui Google form dengan jumlah 91 partisipan, ditemukan 41% partisipan pernah memposting isu atau komentar yang memancing yang mana 17% konten yang diunggah di media sosial merupakan topik politik.

2. Metode

Untuk mengungkap dan memahami *trolling* sebagai praktik sosial, kami mengadopsi paradigma penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini terdapat 3 proses tahapan. Tahapan awal berupa *preliminary study* untuk mendapatkan wawasan awal mengenai *trolling* dengan menggunakan *open-ended questionnaire*. Hasil analisis dari *preliminary study* didapatkan temuan-temuan yang mendukung penelitian. Temuan tersebut digunakan untuk mengeksplor topik yang akan diteliti.

2.1. Partisipan dan Prosedur

Selanjutnya, untuk memperdalam dan mengeksplor apa yang hendak diteliti, peneliti juga menggunakan data dari *preliminary study* digunakan untuk menjaring partisipan penelitian yang sesuai. Dalam penelitian ini didapatkan 10 orang subjek yang bersedia mengikuti proses wawancara, yang terdiri dari 4 perempuan dan 6 laki-laki dengan rentang usia 23-30 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara tidak acak atau sesuai dengan tujuan penelitian.

2.2. Pengumpulan data

Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur agar wawancara berjalan secara fleksibel guna mengeksplor hal-hal penting dari partisipan serta memperoleh data secara mendetail. Pertama, pertanyaan yang difokuskan pada topik umum (misalnya Bisakah Anda menjelaskan aktivitas Anda di media sosial? Hingga pertanyaan Ceritakan bagaimaimana

pengalaman Anda memposting atau berkomentar terkait topik pemilu di media sosial!). Serta penyelidikan untuk memperoleh lebih banyak detail. Meskipun masing-masing peserta mendapat pertanyaan awal yang sama, tanggapan mereka menentukan urutan dan tingkat pertanyaan selanjutnya.

2.3. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, peneliti mengubah hasil wawancara menjadi bentuk verbatim atau transkrip wawancara. Hasil transkrip wawancara kemudian ditinjau kembali oleh setiap anggota tim peneliti. Selanjutnya, peneliti melakukan *open coding* dengan cara memberikan label atau kode dari data verbatim. Setelah proses *open coding*, peneliti mengkategorisasikan hasil label atau kode yang diperoleh kedalam tema umum. Tema umum yang diperoleh kemudian dipecah menjadi sub tema yang lebih sempit dan spesifik. Setelah sub kategori tema dilakukan proses pengkodean (*coding*). Inti dari proses pengkodean adalah memasukkan atau mencantumkan pernyataan-pernyataan partisipan sesuai dengan kategori tema dan sub kategori tema (Herdiansyah, 2015)

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam proses indentifikasi seluruh wawancara, diperoleh 9 tema yang kemudian dikategorikan menjadi berikut (lihat. Tabel 1)

Tabel 1. Kategorisasi tema yang diperoleh

Tema Besar	Sub tema	Representasi jawaban
		Intrinsik
Topik menarik	<i>Debatable topic</i> (topik yang bisa diperdebatkan)	- Akhir-akhir ini kan banyak berita-berita yang menarik perhatian dan kontroversial lebih banyak bahas gitu sih terutama
		- Lebih banyak sih bagiin soal berita, pendapat-pendapat apa yang lagi hits dan banyak dibahas. Terus yg paling sering sih sharing soal topik yg menurut saya menggelitik
	Pernyataan <i>expert</i>	- Kadang kan ada tokoh siapa gitu berpendapat tentang paslon 1 misalnya, terus ada lagi tokoh lain ngomong apa, nah itu kan kadang berlawanan opininya, kita gak tahu mana yang bener makanya saya <i>share</i> biar orang-orang sendiri yang menilai
		- Kalau ada perdebatan, opini para politikus di TvOne saya ikut komen di Youtube. Lalu kalau menarik saya share di status WA
<i>Emotional need</i>	Menunjukkan preferensi	- Biasanya pendapat tokoh apa, bagaimana gitu, aku share...
		- Saya ikut aktif menyebarkan berita-berita yang, yang tentunya mendukung paslon itu. Sekiranya paslon ini bener gitu lo, bener menurut kacamata siapa? Ya kacamata saya, kan saya yang menilai ya.
	Mencari dukungan	- Kebetulan saya pendukung petahanan hehe Dan informasi tidak benar yang disebarkan oleh teman instagram saya itu mengenai paslon yang saya dukung. Makanya kadang sering perang posting-postingan di instagram.
		- Oh berarti ada yang sependapat sama aku, aku gak salah banget ngomentarin kaya gitu.
		- Rasanya tu kayak kakak penasaran akan sesuatu dan itu tu terbukti benar dan salahnya.

Tema Besar	Sub tema	Representasi jawaban
		- saya kan makin bangga dong kalo dikomen. Berarti saya posting itu tu benar, saya ni orang paling benar. Owaaa!
<i>Entertain</i>		- Kadang seru juga sih kalau ada yang kepancing..
<i>Cognitive need</i>	Diskusi	- Pengetahuan juga pendapat orang lain kayak gimana dan sejauh mana pengetahuan orang orang - Niat nguji aja sejauh mana perhatian dan pengetahuan orang orang soal isu tertentu, soalnya kadang ada juga isu penting tapi orang nggak perhatian, makanya kadang aku ikutan juga share atau komentar. Jadi biar orang semakin banyak tau sih soal apa apa aja yang perlu diperhatiin
	Memperkuat keyakinan pada pilihan	- ...selain itu ada kebingungan juga mana yang benar mana yang salah karena media itu kan - Seringnya aku ngerepost pendapat orang yang misalnya aku juga sependapat sama dia.
Ektrinsik		
<i>Problem Solving</i>		- Bisa berteriak menunjukkan mana yang benar dan membela gitu kan. - Kenapa saya ikut memposting informasi itu karena ingin meluruskan. Mereka tuh cuma melihat dari sisi dia gitu loh. Nah saya mau mereka lihat dari sisi saya juga. Kira-kira sama atau nggak. - Tapi menurut saya sih saya posting-posting hal tersebut untuk membenarkan info yang salah aja.
<i>Education</i>		- Iya.. bisa, karena kebanyakan orang-orang cuma melihat tv aja, jadi ya yang ada saja saya lakukan. Dakwah saya kan gak harus langsung ke pelosok gitu, kan enggak ya. Yang ada ya lakukan aja dulu, yang lainnya nanti mengikuti. - Ya itu..biar orang-orang melek media - Saya nulis threds biar apa? Biar orang-orang tahu secara menyeluruh, yang benar yang mana yang sekiranya layak didukung - ..dengan saya posting konten seperti itu saya harap orang-orang sekitar saya jadi melek politik, bisa kritis akan isu-isu, jadinya gak asal ikut-ikutan artis idola mau pilih 1 atau 2
<i>Mencari perhatian</i>		<i>Like dan Comment</i> - Dan biasanya responnya emang asik asik sih jadinya ya bikin termotivasi buat posting konten konten yang menggelitik gitu. Kadang aku tambahin caption yang menarik perhatian. - Kalau komen aku kadang sih.. hmm kalau komennya bagus seneng sih, tp khawatirnya kalau komennya itu justru menyakitkan aku berharap enggak sih - Iyaaa, dan memang sebenarnya saya posting itu kadang cuma butuh reaksi mereka aja sih. Lebih seneng aja rasanya. Ahhhhh kalo direaction itu, misalnya dikasih emoticon.
Sosial/Pendukung		
<i>Lingkungan</i>	Konformitas	- Ya rata-rata media sosialku kaya gitu sih, jadi memang isinya saling menunjukkan pilihannya siapa - Kebanyakan temanku juga ngepost preferensi pilihannya, condongnya ke siapa, 1 atau 2
<i>Waktu (Timing)</i>	Waktu Luang	- Iya begitu...waktu santai Sebetulnya kaya gitu pasti pas lagi santai, waktu luang gitu - Luang mbak, ketika santai biar bisa saya tinjau kembali kan, kalo misal ada notif siapa yang me like, siapa yang komen, atau siapa yang men share kembali status saya.. itu juga ada

Tema Besar	Sub tema	Representasi jawaban
	Sendiri	- Kecenderunganku buat mancing sih karena mungkin sekarang aku lebih banyak aktivitas sendiri ya jarang ada interaksi langsung buat diskusi

Untuk menjelaskan mengapa seseorang melakukan perilaku *trolling* terkait isu-isu pemilu di media sosial, peneliti menggunakan *Self Determination Theory* (SDT). *Self Determination Theory* sendiri berfokus pada tindakan yang dilakukan individu dengan kebebasan penuh untuk berperilaku sebagaimana yang diinginkan. *Self Determination Theory* menyebutkan bahwa berbagai jenis motivasi umumnya berdasarkan alasan dan tujuan yang mengilhami tindakan tertentu (Ryan & Deci, 2000). Motivasi menurut *Self Determination Theory* dibedakan menjadi motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik mendorong tindakan untuk tujuan kepuasan daripada hasil tertentu (Marret & Joshi, 2009). Pada umumnya, individu yang terlibat dalam suatu kegiatan karena motivasi intrinsik menganggap aktivitas tersebut menyenangkan, menarik, dan menimbulkan kepuasan pribadi. Sedangkan motivasi ekstrinsik umumnya dorongan yang bersumber dari luar individu, seperti tindakan yang mengarah pada berbagai imbalan atau hadiah (Marret & Joshi, 2009).

Dalam penelitian ini, motivasi intrinsik individu tercermin dari beberapa tema yang muncul: *Pertama* yaitu topik menyenangkan, individu mendeskripsikan topik menyenangkan sebagai topik yang sedang hangat, menimbulkan perdebatan, maupun pernyataan ahli atau politikus yang menimbulkan perdebatan. Hal ini sejalan dengan penelitian Marret & Joshi (2009) bahwa seseorang membagikan rumor di media sosial hal tersebut dinilai menyenangkan, memuaskan diri sendiri dan mencari perhatian.

Kedua, individu melakukan *trolling* untuk memenuhi kebutuhan emosional yaitu menunjukkan bahwa preferensi pilihannya adalah benar. Menurut Marret & Joshi (2009) membagikan rumor dapat membantu mengurangi kecemasan individu terkait rumor yang tidak menguntungkan, dan sebaliknya, dapat memberikan kesenangan apabila individu membagikan rumor yang menguntungkan baginya. Hal ini kemudian menjadi upaya untuk membuktikan fantasi positif atau angan-angan. Subtema selanjutnya yaitu mengkonfirmasi bahwa pilihan ataupun pandangannya adalah benar. Apabila postingannya terbukti benar, individu merasa bangga. Temuan ini sejalan dengan Marret & Joshi (2009) bahwa "berita terbaru" yang sebelumnya tidak diketahui apakah terkait dengan desas-desus, dapat memberikan peningkatan status bagi pemberi rumor, terutama jika desas-desus itu ternyata benar, hal tersebut juga memberikan kesempatan untuk menunjukkan keahlian dan mendapatkan perhatian.

Ketiga, sebagai kebutuhan kognitif yakni berdiskusi dan memperkuat keyakinan mengenai preferensi politiknya. Berdiskusi dideskripsikan seperti bertukar pandangan dengan orang lain terkait postingan yang kontroversial, ingin mengetahui sejauh mana dan seperti apa pandangan orang lain terkait isu tertentu. Sedangkan memperkuat keyakinan mengenai preferensi politiknya diwujudkan dalam memposting pandangan orang-orang yang mendukung preferensinya. Hal ini senada dengan temuan Marret & Joshi (2009) bahwa forum komunitas *online* digunakan untuk memverifikasi kredibilitas rumor. *Terakhir*, sebagai bentuk hiburan. Menurut Hardarker (2010) troll mendapatkan hiburan dan kenikmatan dari aktivitas *trolling* mereka yang kemudian berpotensi menimbulkan masalah.

Adapun motivasi ekstrinsik yang muncul seperti *problem solving*, *education*, mencari perhatian, hingga konteks sosial/pendukung perilaku *trolling*, seperti lingkungan dan waktu. *Pertama*, *problem solving* dimaksudkan untuk menunjukkan mana informasi yang menurut individu benar dan salah. Berdasarkan literatur, masyarakat memposting rumor untuk mengonfirmasi kredibilitas informasi yang dievaluasi secara kolektif oleh anggota masyarakat atau lebih (Bordia & Rosnow, 1998). Motif *kedua* yaitu *education*, mengacu pada keinginan individu berbagi informasi agar orang lain memahami permasalahan yang sedang terjadi. *Ketiga* yaitu individu ingin mencari perhatian seperti *like* dan *comment*. Temuan ini diperkuat oleh berbagai peneliti yang menyatakan bahwa *troller* adalah seorang “*attention-seeker*” (Hopkinson, 2013; Jane, 2015; Thacker & Griffiths, 2012). Ketika mendapat *like* dan *comment* individu merasa senang, merasa dihargai dan mendapat perhatian yang kemudian mendorong mereka untuk memposting kembali. Senada dengan *Cognitive Evolution Theory* (CET) yang dianggap sebagai sub-teori dari *Self Determination Theory*, bahwa konteks sosial (misalnya penghargaan, komunikasi, umpan balik) yang mengarah *feeling of competence* selama tindakan dapat meningkatkan motivasi intrinsik untuk tindakan tersebut.

Self Determinane Theory secara khusus dibedakan dalam bentuk faktor sosial dan lingkungan yang memfasilitasi versus melemahkan motivasi intrinsik (Ryan & Deci, 2000). Hal ini mencerminkan asumsi bahwa motivasi intrinsik diperkuat ketika individu berada dalam kondisi dan situasi yang mendukung perilakunya. Berdasarkan hasil penelitian ini, motivasi intrinsik individu diperkuat oleh faktor sosial dan lingkungan seperti pola perilaku orang terdekat, seperti teman, di media sosial yang juga saling memposting dan menunjukkan preferensi politik. Hasil senada ditemukan oleh Marret & Joshi (2009), selain motivasi intrinsik dan ekstrinsik, terdapat pengaruh normatif yang juga signifikan dalam mempengaruhi kecenderungan seseorang memposting isu atau rumor, misalnya ketika orang lain atau kelompok melakukan hal yang sama. Penelitian terbaru juga menunjukkan temuan yang sama, bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi individu untuk mengunggah unggahan di media sosial seperti *trolling* (Seigfried-Spellar & Lankford, 2018). Situasi-situasi lain yang mendukung untuk mengunggah isu kontroversial seperti ketika individu sedang sendiri dan ketika waktu luang.

Perilaku *trolling* yang ditemukan dalam penelitian ini sedikit berbeda dengan definisi *trolling* yang biasa dicirikan seperti sengaja memprovokasi dan menimbulkan perdebatan. Perbedaan ini dikarenakan perilaku *trolling* dipahami secara berbeda oleh pengguna forum, moderator, legislator, dan akademisi (Coles & West, 2016). *Trolling* dapat memiliki banyak makna, tidak konsisten dan tidak sesuai, tergantung pada konteks dimana istilah tersebut digunakan dan tujuan orang tersebut menggunakan istilah tersebut (Coles & West, 2016). Dalam penelitian ini berfokus pada perilaku memposting isu-isu khususnya isu politik, yang mana berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada *trolling* dalam konteks *game online*, *dating online*, maupun media sosial yang menyediakan fitur anonimitas. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperbanyak partisipan dengan berbagai rentang usia untuk lebih mengeksplor dan memahami perilaku *trolling* khususnya pada konteks pemilu, mengingat hal ini adalah penting di Indonesia.

4. Simpulan

Penelitian ini mengeksplorasi perilaku *trolling* dalam konteks politik di Indonesia. Adapun faktor yang melandasi perilaku online *trolling* khususnya terkait dengan isu politik, dari hasil penelitian ini yakni motivasi internal, motivasi eksternal serta kondisi yang mendukung

seperti lingkungan dan waktu (*timing*). Terlepas dari potensi keterbatasan, peneliti berharap hasil penelitian ini memberikan beberapa kontribusi penting. Penelitian ini juga memperluas literatur sebelumnya dengan mengeksplor aspek yang mendasari perilaku *trolling* khususnya dalam konteks politik, yang mana penelitian sebelumnya lebih berfokus pada faktor-faktor psikologis seperti kepribadian. Hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang membentuk perilaku *trolling* khususnya memposting isu-isu politik, yang mana ini merupakan topik penting yang berkaitan dengan interkasi dan komunikasi di media sosial.

Daftar Rujukan

- Baston, R., & Kenyah-Dampsey, B. (2020). Unintentional Trolling: How Subjects Express Their Prejudices Through Made-up Stories. *Philosophy & Technology*. <https://doi.org/10.1007/s13347-020-00425-4>
- Binns, A. (2012). Don't Feed The Trolls!: Managing troublemakers in magazines' online communities. *Journalism Practice*, 6(4), 547–562. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.648988>
- Bishop, J. (2013). The effect of de-individuation of the Internet Troller on Criminal Procedure implementation: An interview with a Hater. *International Journal of Cyber Criminology*, 7, 28–48. <https://www.cybercrimejournal.com/Bishop2013janijcc.pdf>
- Bordia, P., & Rosnow, R. L. (1998). Rumor Rest Stops on the Information Highway Transmission Patterns in a Computer-Mediated Rumor Chain. *Human Communication Research*, 25(2), 163–179. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1998.tb00441.x>
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97–102. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>
- Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2017). Anyone Can Become a Troll: Causes of Trolling Behavior in Online Discussions. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing - CSCW '17*, 1217–1230. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998213>
- Coles, B. A., & West, M. (2016). Trolling the trolls: Online forum users constructions of the nature and properties of trolling. *Computers in Human Behavior*, 60, 233–244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>
- Craker, N., & March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences*, 102, 79–84. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.043>
- Cruz, A. G. B., Seo, Y., & Rex, M. (2018). Trolling in online communities: A practice-based theoretical perspective. *The Information Society*, 34(1), 15–26. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391909>
- Fichman, P., & Sanfilippo, M. R. (2015). The Bad Boys and Girls of Cyberspace: How Gender and Context Impact Perception of and Reaction to Trolling. *Social Science Computer Review*, 33(2), 163–180. <https://doi.org/10.1177/0894439314533169>
- Fichman, P., & Sanfilippo, M. R. (2016). *Online Trolling And Its Perpetrators: Under The Cyberbridge* (1st Edition). Rowman & Littlefield Publishers. <http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=5ebad77d4214c6d431ec102deafe5789>
- Golf-Papez, M., & Veer, E. (2017). Don't feed the trolling: Rethinking how online trolling is being defined and combated. *Journal of Marketing Management*, 33(15–16), 1336–1354. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1383298>
- Griffiths, M. D. (2014). Adolescent trolling in online environments: A brief overview. *Education and Health*, 32, 85–87. http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/25950/1/221474_PubSub2968_Griffiths.pdf
- Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*, 6(2). <https://doi.org/10.1515/jplr.2010.011>
- Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Salemba Humanika.
- Hong, F.-Y., & Cheng, K.-T. (2018). Correlation between university students' online trolling behavior and online trolling victimization forms, current conditions, and personality traits. *Telematics and Informatics*, 35(2), 397–405. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.016>

- Hopkinson, C. (2013). Trolling in Online Discussions: From Provocation to Community-building. *Brno Studies in English*, 39(1), 5–25. <https://doi.org/10.5817/BSE2013-1-1>
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. *Ethics and Information Technology*, 17(1), 65–87. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>
- Marett, K., & Joshi, K. D. (2009). The Decision to Share Information and Rumors: Examining the Role of Motivation in an Online Discussion Forum. *Communications of the Association for Information Systems*, 24, 48–67. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.02404>
- Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2015). Collective attention in the age of (mis)information. *Computers in Human Behavior*, 51, 1198–1204. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.024>
- Nycyk, M. (2017). *Trolls and Trolling: An Exploration of Those That Live Under the Internet Bridge*. Michael Nycyk.
- Phillips, W. (2015). *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. The MIT Press. <http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=15B170EE402E6B1849D9B753581FDB08>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sanfilippo, M. R., Fichman, P., & Yang, S. (2018). Multidimensionality of online trolling behaviors. *The Information Society*, 34(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391911>
- Seigfried-Spellar, K. C., & Lankford, C. M. (2018). Personality and online environment factors differ for posters, trolls, lurkers, and confessors on Yik Yak. *Personality and Individual Differences*, 124, 54–56. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.11.047>
- Sest, N., & March, E. (2017). Constructing the cyber-troll: Psychopathy, sadism, and empathy. *Personality and Individual Differences*, 119, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.06.038>
- Shachaf, P., & Hara, N. (2010). Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science*, 36(3), 357–370. <https://doi.org/10.1177/0165551510365390>
- Shugars, S., & Beauchamp, N. (2019). Why Keep Arguing? Predicting Engagement in Political Conversations Online. *SAGE Open*, 9(1), 215824401982885. <https://doi.org/10.1177/2158244019828850>
- Syuhada, K. (2017). Etika Media di Era “Post-Truth”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5, 75–79. <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/8789/pdf>
- Thacker, S., & Griffiths, M. D. (2012). An Exploratory Study of Trolling in Online Video Gaming: *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 2(4), 17–33. <https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2012100102>
- Tsantarliotis, P., Pitoura, E., & Tsaparas, P. (2017). Defining and predicting troll vulnerability in online social media. *Social Network Analysis and Mining*, 7(1), 26. <https://doi.org/10.1007/s13278-017-0445-2>