

## Analisis Komentar Netizen terhadap Konten Pemberitaan Kriminal Pencurian pada Akun Instagram @aslisuroboyo Periode Mei-Juni 2025

<sup>1</sup>Rachmad Rizal Prabowo, <sup>2</sup>Nara Garini Ayuningrum , <sup>3</sup>Mohammad Insan Romadhan  
Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus Surabaya  
[rachmadrizal53@gmail.com](mailto:rachmadrizal53@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji sejauh mana netizen menafsirkan pesan dalam konten pemberitaan kriminal pencurian di akun *Instagram* @aslisuroboyo, yang populer dengan gaya Suroboyoan lugas, jenaka, dan kritis. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi digital komentar-komentar yang memiliki interaksi tinggi selama periode Mei–Juni 2025 dan dianalisis menggunakan kerangka efek komunikasi massa (afektif, kognitif, konatif). Hasil menunjukkan reaksi afektif berupa humor, empati, dan stereotip etnis; reaksi kognitif berupa kritisisme terhadap bias penyajian dan perbandingan konteks kasus; serta reaksi konatif berupa dorongan untuk menuntut pertanggungjawaban hukum dan berbagi informasi tambahan. Penggunaan bahasa lokal dan satir terbukti meningkatkan keterlibatan audiens, namun berpotensi memperkuat stigma terhadap subjek pemberitaan. Kesimpulannya, pengelola konten perlu menyeimbangkan gaya penyampaian menarik dengan penyajian fakta yang akurat dan moderasi komentar untuk mendorong diskusi yang konstruktif dan etis di ruang publik digital.

**Kata kunci:** respon, *Instagram*, pencurian

### Abstract

*This study examines the extent to which netizens interpret messages in criminal theft news content on the Instagram account @aslisuroboyo, which is known for its straightforward, humorous, and critical Suroboyoan style. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through digital observation of highly engaged comments during May–June 2025 and analyzed via the mass communication effects framework (affective, cognitive, conative). Findings reveal affective reactions such as humor, empathy, and ethnic stereotyping; cognitive responses involving critique of presentation bias and contextual comparisons; and conative behaviors including calls for legal accountability and sharing of additional information. The use of local language and satire effectively boosts audience engagement but can also reinforce stigma toward news subjects. In conclusion, content managers should balance an engaging delivery with accurate factual presentation and comment moderation to foster constructive and ethical discourse in the digital public sphere.*

**Keyword:** responses, *isntagram*, theft

### Pendahuluan

Di kota-kota besar seperti Surabaya, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama di kalangan generasi muda. Hal ini karena aksesnya yang cepat, interaktif, dan mudah dijangkau tanpa adanya batas tertentu. Perkembangan ini ditandai dengan maraknya akun-akun lokal yang menyuarakan berbagai isu sosial, budaya, dan keseharian yang ada di sekitar warga Surabaya. Fenomena ini memperlihatkan pergeseran preferensi masyarakat dari media konvensional ke platform digital, sekaligus menegaskan peran media sosial sebagai salah satu sarana edukasi, hiburan, dan penguatan komunitas (Azmah et al., 2023a).

Pada saat ini media massa tak lagi bersifat satu arah, tetapi bertransformasi menjadi ruang interaktif yang memungkinkan khalayak tidak hanya sekadar sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen konten. Seperti dijelaskan oleh Livingstone (1994) bahwa produksi dan distribusi konten saat ini melibatkan partisipasi aktif masyarakat, termasuk dalam proses menyunting, menyebarkan, bahkan membungkai ulang makna suatu informasi.

Salah satu akun yang cukup populer adalah @aslisuroboyo yang terdapat pada platform *Instagram*. Akun ini menyuguhkan konten-konten seputar kehidupan masyarakat Surabaya dengan gaya khas Suroboyoan yang lugas, jenaka, dan kritis. Hal ini membuat akun tersebut tidak hanya diminati sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang refleksi sosial. Pada perkembangannya, salah satu jenis konten yang marak dikonsumsi masyarakat di media sosial adalah pemberitaan berita kriminal, khususnya kasus pencurian. Konten-konten semacam ini banyak dijumpai di berbagai akun media sosial, termasuk pada akun @aslisuroboyo. @aslisuroboyo juga secara aktif membagikan informasi tentang tindak kriminal di wilayah Surabaya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh informasi aktual, termasuk isu-isu kriminalitas.

Akun @aslisuroboyo menjadi objek utama untuk melihat respon Netizen dalam memberikan tanggapan, khususnya terhadap konten berita kriminal pencurian. Kehadiran akun ini tidak hanya menjadi media penyampai berita, tetapi juga ruang partisipasi khalayak menyuarakan pendapat, kritik, bahkan stigma sosial melalui komentar-komentar yang mereka tuliskan.

Seiring meningkatnya partisipasi pengguna, muncul beragam komentar dengan nuansa berbeda, mulai dari tanggapan positif, diskusi, hingga ungkapan negatif seperti kritik pedas, ketidaksetujuan, konflik opini, bahkan menjurus kepada rasisme. Komentar-komentar ini mencerminkan reaksi spontan masyarakat terhadap suatu isu, sekaligus menunjukkan kompleksitas komunikasi digital di era modern. Fenomena ini tidak dapat dihindari dan tidak dapat diabaikan, sebab melalui respons netizen, maka dapat diketahui cara khalayak memaknai, menafsirkan, dan merespons suatu pesan, baik secara emosional maupun rasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap individu memiliki cara unik dalam memproses informasi berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi.

Pada konteks ilmu komunikasi, pemahaman terhadap respons khalayak menjadi aspek penting, terutama di era media baru yang memungkinkan audiens atau pembaca menjadi lebih aktif dan vokal.

Maka dari itu, dibutuhkan pendekatan yang sesuai untuk menganalisis respon Netizen terhadap suatu isu pemberitaan. Hal tersebut sesuai dengan pendekatan efek komunikasi massa yang menawarkan kerangka analisis untuk memahami bahwa penafsiran pesan oleh audiens atau pembaca tidak selalu linear dengan maksud pengirim (Livingstone, 2004). Maka dari itu penelitian ini bertujuan menganalisis komentar *Netizen* terhadap konten pemberitaan kriminal pencurian yang diunggah pada akun *Instagram@aslisuroboyo* selama periode Mei hingga Juni 2025.

### Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif, yang menekankan pemahaman mendalam atas makna subjektif pesan media dalam konteks interaksi daring. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menangkap pengalaman, interpretasi, dan konstruksi makna sosial yang tidak dapat diungkap melalui angka statistik semata. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan menggambarkan secara sistematis ragam respons netizen terhadap konten pemberitaan kriminal pencurian pada akun *Instagram @aslisuroboyo*.

Sumber data penelitian terdiri dari komentar-komentar netizen pada unggahan berita kriminal pencurian di akun *Instagram @aslisuroboyo* selama periode Mei–Juni 2025. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital (digital observation), yaitu menelusuri, mendokumentasikan, dan mengarsipkan komentar-komentar yang memiliki interaksi tinggi (like dan balasan). Peneliti menerapkan kriteria seleksi untuk memastikan validitas data, antara lain komentar berasal dari akun aktif, relevan dengan kasus kriminal pencurian, dan mengandung makna yang dapat dikoding menurut efek komunikasi massa.

Untuk teknik analisis data, penelitian ini menggunakan kerangka efek komunikasi massa yakni kognitif, afektif, dan konatif—sebagai landasan konseptual utama. Komentar dikodekan menjadi tiga kategori (EK, EA, EKO). Proses analisis mengikuti model Miles & Huberman (1994) melalui tiga tahapan: (1) Reduksi Data, menyaring dan memfokuskan komentar yang relevan; (2) Penyajian Data, menyusun tabel analisis berisi konteks berita, isi komentar, dan interpretasi; serta (3) Penarikan Kesimpulan, memverifikasi temuan dan menjawab rumusan masalah berdasarkan bukti data.

### Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini dipaparkan temuan penelitian sekaligus analisanya, yang secara langsung menjawab rumusan masalah mengenai pola respons afektif, kognitif, dan konatif Netizen terhadap konten pemberitaan kriminal pencurian di akun *Instagram @aslisuroboyo* periode Mei–Juni 2025. Temuan diuraikan berdasarkan empat unggahan dengan interaksi tertinggi dalam rentang waktu tersebut.

Pada pemberitaan kriminal pencurian pada akun *Instagram@aslisuroboyo* tanggal 2 mei 2025. Ditemukan bahwa unggahan berita kriminal memancing reaksi afektif yang ekstrem, khususnya ujaran kebencian dan empati terbalik.



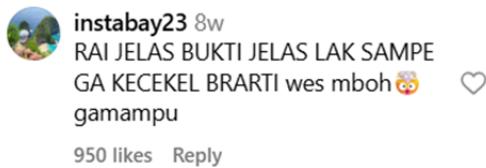
Efek kognitif hampir tidak muncul, menandakan minimnya refleksi kritis pada konten tersebut. Sementara itu, efek konatif tercermin sebagai kritik terhadap lembaga penegak hukum, mengindikasikan bahwa media sosial mampu memengaruhi sikap publik terhadap institusi.

### Data 1



Termasuk efek afektif (EA). Komentar “MEDURO = MEnungso raDUwe Roso 🔥🔥🔥” (686 *likes*) memuat kemarahan dan stigma etnis, memperlihatkan reaksi emosional yang kuat terhadap pelaku pencurian dengan sentimen diskriminatif terhadap suku Madura.

#### Data 2



Termasuk kedalam efek Kognitif. Komentar frustrasi “RAI JELAS... berarti wes mboh gamampu” (950 *likes*) menyoroti kekecewaan terhadap penegakan hukum, menandakan hilangnya kepercayaan publik pada aparat.

#### Data 3



Termasuk kedalam kategori efek afektif. Di mana komentar “Ikut malu sebagai orang Madura 😢” (*likes* tinggi) menunjukkan empati kolektif dan dampak psikologis dari stigma etnis, menegaskan bagaimana pemberitaan kriminal dapat menimbulkan rasa malu dan tekanan emosional.

Kemudian pemberitaan kriminal pencurian pada akun *Instagram@aslisuroboyo* tanggal 25 Mei 2025. Pada unggahan ini mulai muncul keseimbangan antara efek afektif dan kognitif. Meskipun sebagian besar Netizen masih melampiaskan emosi negatif, kelompok kecil menunjukkan kemampuan berpikir kritis dalam mengidentifikasi dan membantah stereotip.



Hal ini penting sebagai indikasi adanya ruang dialog rasional dalam kolom komentar. Hal ini tercermin pada analisis data berikut.

#### Data 4



Termasuk efek afektif karena komentar sarkastik “Regone gk sepiro... modiar le 😂” (41 *likes*) menunjukkan emosi negatif yang dibalut humor, menganggap kekerasan massa sebagai hiburan.

#### Data 5



Termasuk efek kognitif karena Komentar ironi “meduro meduro eh salah 😊” (12 *replies*) menandai penalaran kritis terhadap stereotip etnis, mengoreksi bias publik.

Kemudian pemberitaan kriminal pencurian pada akun *Instagram@aslisuroboyo* tanggal 28 Mei 2025. Unggahan ketiga ini memperlihatkan pola serupa dengan dua kategori efek. afektif masih mendominasi, namun efek kognitif hadir dalam bentuk kritik atas kontras simbol dan tindakan.



Kehadiran efek kognitif di sini menunjukkan bahwa meski emosional, audiens juga mampu menganalisis makna visual dan normatif secara reflektif. Berikut hasil analisis terhadap komentar netizen pada pemberitaan pencurian tanggal 28 Mei 2025.

#### Data 6

 **fhe\_fhe03** 5w  
Gowo tas isi sarung karo peci , sopo  
maneh lek gak MEDURO , ngunu  
lek di arani gak gelem , duduk rasis ,   
tapi kenyataan ae duro komplotan  
maling

208 likes Reply See translation

.Komentar “duro komplotan maling” (208 *likes*) memperlihatkan kebencian etnis kembali memuncak, menegaskan emosionalitas negatif dominan.. Hal berbeda ditunjukkan pada data 7

#### Data 7

 **rizki\_kilili** 5w  
tampilane koyok wong alim jebule maleng 

19 likes Reply See translation

Komentar “tampilane koyok wong alim jebule maleng” memunculkan proses kognitif dalam mengaitkan simbol religius dengan tindakan kriminal, memperlihatkan analisis kritis terhadap ketidaksesuaian narasi visual.

Pada unggahan terakhir pemberitaan kriminal pencurian pada akun *Instagram@aslisuroboyo* tanggal 31 Mei 2025. Menampilkan dominasi efek kognitif (dua komentar) sekaligus efek konatif negatif (satu komentar). Peralihan menuju efek kognitif menunjukkan peningkatan kesadaran kritis di antara sebagian Netizen, sedangkan ide destruktif menandai potensi bahaya konatif yang dapat mengganggu kohesi sosial.



#### Data 8

 **yudavalientes** 2w  
Ga kabeh sing teko kunu iku maling  
 tapi sing maling KEBANYAKAN   
teko kunu

639 likes Reply See translation

Termasuk efek kognitif (EK). Komentar generalisasi “kebanyakan dari sana” (639 *likes*) mengindikasikan proses kognitif berupa kategorisasi sosial dan generalisasi nilai kriminal berdasarkan daerah asal.

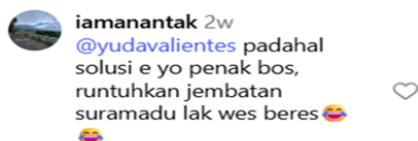
#### Data 9

 **halofiaaa\_** 2w  
@yudavalientes iyo cak  
mesakno Wong2 lain tekan  
kono sing bener2 jujur dan  
golek duit genah. Padahal  
wong asli kono yo onok sing  
berprestasi opo o kok gak  
nyontoh Wong2 sing genah  
iku.

15 likes Reply See translation

Termasuk efek kognitif (EK): Komentar empatik “kasihan yang jujur” menandai penalaran kritis yang menolak stigma kolektif.

## Data 10



Termasuk efek konatif (EKo): Komentar ekstrem “runtuhkan Jembatan Suramadu 😂😂” mencerminkan dorongan konatif untuk tindakan destruktif, sekaligus humor gelap sebagai strategi coping Netizen.

Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh komentar terpilih dari empat unggahan pada tanggal 2, 25, 28, dan 31 Mei 2025, terlihat dengan jelas bahwa respons afektif mendominasi interaksi Netizen. Hampir separuh komentar (5 dari 10, atau sekitar 50 %) menampilkan ekspresi emosi negatif—mulai dari kemarahan yang meledak-ledak, sinisme pedas, hingga rasa malu kolektif yang tampak dalam ungkapan seperti “Ikut malu sebagai orang Madura.” Dominasi afektif ini menegaskan bahwa pemberitaan kriminal pada akun *@aslisuroboyo* kian memancing reaksi emosional yang kuat, terkadang disertai stigma etnis dan ejekan sarkastik.

Di sisi lain, efek kognitif muncul dalam bentuk penalaran kritis dan upaya klarifikasi stereotip, terlihat pada tiga komentar (30 %) yang berusaha membantah bias etnis atau menelaah ketidaksesuaian antara narasi visual dan fakta. Misalnya, komentar ironis “meduro meduro eh salah” dan “tampilane koyok wong alim jebule maleng” menunjukkan bahwa sebagian kecil audiens mampu berpikir reflektif, mengoreksi prasangka, dan mempertanyakan narasi yang disajikan.

Sementara itu, perubahan sikap atau dorongan evaluasi—yang dikategorikan sebagai efek konatif—tercatat pada dua komentar (20 %) yang berisi kritik terhadap aparat penegak hukum maupun usulan tindakan destruktif. Contohnya, ungkapan frustrasi “RAI JELAS... berarti wes mboh gamampu” dan ajakan satir “runtuhkan Jembatan Suramadu 😂😂” menandakan bahwa pemberitaan kriminal tak hanya membangkitkan emosi, tetapi juga memicu dorongan untuk merespons secara praktis, meski terkadang dalam bentuk sarkasme ekstrem.

Dengan demikian, pola respons Netizen terhadap konten kriminal di akun *@aslisuroboyo* memperlihatkan tiga komponen efek komunikasi massa—afektif, kognitif, dan konatif—with intensitas yang berbeda: afektif paling dominan (50 %), diikuti kognitif (30 %), dan konatif (20 %). Narasi ini menjawab secara langsung pertanyaan penelitian mengenai bagaimana audiens bereaksi secara emosional, intelektual, dan praktis terhadap pemberitaan kriminal di media sosial.

## Penutup

Penelitian ini mengungkap bahwa interaksi netizen pada unggahan kriminal pencurian di akun *Instagram @aslisuroboyo* didominasi oleh reaksi emosional negatif yang menunjukkan tingginya efek afektif dalam konsumsi pemberitaan kriminal. Di sisi lain, sebagian pengguna juga menampilkan efek kognitif lewat koreksi stereotip dan pengujian fakta, serta efek konatif berupa seruan kritik terhadap penegak hukum atau ajakan aksi, meski kadang disampaikan dengan humor gelap. Dengan demikian, gaya lugas dan jenaka Suroboyoan efektif meningkatkan keterlibatan, namun sekaligus berisiko memperkuat respons emosional yang kurang konstruktif.

Dari sisi teoretis, temuan ini membuka peluang untuk memperdalam studi efek komunikasi massa pada media sosial. Peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel komentar dan rentang waktu untuk menguji konsistensi pola afektif, kognitif, dan konatif, serta menambahkan variabel moderasi. Selain itu, perbandingan lintas platform (misalnya Facebook atau Twitter) akan memperkaya pemahaman akan dinamika interaksi berbeda di tiap ekosistem media sosial.

Secara praktis, pengelola konten diharapkan menyeimbangkan gaya penyampaian yang menarik dengan penyajian fakta yang akurat, misalnya mencantumkan sumber atau disclaimer serta menerapkan moderasi komentar proaktif untuk memfilter ujaran kebencian dan mendorong diskusi kritis. Di level kebijakan, pedoman inklusivitas perlu dikembangkan agar konten tetap sensitif terhadap identitas kelompok tertentu. Sementara itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan materi pelatihan literasi digital bagi masyarakat, agar netizen mampu merespons pemberitaan kriminal dengan lebih kritis dan tidak terjebak dalam reaksi emosional berlebihan.

## Daftar Pustaka

- Adhara, S., & Bandung, P. N. (n.d.). *SOCIAL MEDIA AS A DIGITAL ERA COMMUNICATION TOOL MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DI ERA* by : Sabila Adhara Program Studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bandung.  
Azmah, S. F. N., Ansoriyah, S., & Mayumi, I. (2023a). Analisis wacana kritis Fairclough dalam wacana Pilpres 2024 (studi kasus berita di Instagram @Pinterpolitik). *Jurnal Penelitian P3K*, 4(2), 45–53.

- Azmah, S. F. N., Ansoriyah, S., & Mayumi, I. (2023b). Analisis Wacana Kritis Fairclough dalam Wacana Pilpres 2024 (Studi Kasus Berita di Instagram @Pinterpolitik). *J-P3K: Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi, Dan Kesehatan*, 4(2), 45–53.
- Harahap, N., Galib, A., Yasmin, R., Pasya, N., Maulana Pratama, H., Mazlan, I., & Bayu Setiawan, E. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Komunikasi Remaja di Era Digital. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*, 8(2), 29841–29848.  
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/17725/12848/31558>
- Livingstone, S., & Lunt, P. (1994). *Talk on television: Audience participation and public debate*. Routledge.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed. (ed.)). Sage Publications.
- Panggabean, R. B., & Anggraini, C. N. (2024). Analisis Isi Kolom Komentar Instagram Brand Sepatu @Sepatucompass Pasca Perubahan Harga Produk Pada Periode 2023. *E-Proceeding of Management*, 11(6), 6551–6559.
- Priyansyah, R. N., Sevira, N. I., Rahmah, S. A., & Pradipto, A. D. (2023). Representasi Korban dan Pelaku Kekerasan Seksual di Artikel Berita (Analisis Isi Artikel Berita detik.com Tahun 2021-2022). *Jurnal Pekommas*, 8(2), 191–204.
- Sarrah Kurnia Fadhillah, & Yuli Santri Isma. (2025). Analisis Komentar Netizen di Instagram pada Pemberitaan Pemecatan Shin Tae-Yong. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 196–205.  
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1566>