

secara santun dan konstruktif akan lebih bermanfaat dibandingkan komentar yang mengandung hinaan, ejekan, atau bentuk *cyberbullying*.

Pengguna media sosial perlu meningkatkan literasi digital agar tidak mudah terpengaruh oleh opini mayoritas maupun budaya ikut-ikutan yang sering muncul di media sosial, sehingga ruang digital dapat menjadi sarana komunikasi yang sehat, kritis, dan bertanggung jawab bagi seluruh pengguna



DAFTAR PUSTAKA

- Abde Rizky Supriadi, Zikri Fachrul Nurhadi, & Annisa Husnusyifa. (2025). Cyberbullying di Media Sosial: Studi Netnografi Komentar Netizen di Akun TikTok @garutupdate_. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 1627–1642. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.5710>
- Aini, H., Suryasuciramdhan, A., Apriyanti, H., Widiyanti, I., & Nabilla, N. H. (2026). Strategies To Build Brand Image In Increasing Customer Satisfaction And Trust. *Jurnal Network Media*, 9(1).
- Atak, H., Jencius, M., Albay, A., Karatekin, S., & Tuzcuoğlu, F. K. (2025). Schadenfreude: A Conceptual Review. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 17(3), 589–597. <https://doi.org/10.18863/pgy.1535133>
- Ayu, N., Rahmah, D., Madanih, R., & Alawiyah, T. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Stres Mahasiswa. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 9(2), 205–214.
- Cahyani, S., & Musi, S. (2025). Dari Penyanyi Ke Fenomena Media Sosial: Analisis Personal Branding Pinkan Mambo Dalam Perspektif Komunikasi Digital. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin* (Vol. 9, Number 10).
- Cheng, J., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2015). Antisocial Behavior in Online Discussion Communities. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 9(1). www.aaai.org
- Coombs, W. T. (2023). *Ongoing Crisis Communication* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Fauzan Abdillah, R., & Pramesti, A. N. (2024). Dampak Rating dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (SEMNAS)*.
- Firstama, D., Putra, S., Wardhana, M., Evanindra, M. R., & Amalia, D. (2024). Analisis Pemanfaatan Hate Comment Netizen Sebagai Strategi Publisitas Mafia Pentol Pada Konten Tiktok. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 258–268. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13854958>
- Ibrahim, D. (2024). Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Kewirausahaan*, 11(2).
- Ifna Dini Rizkiyah. (2025). Interaksi Manusia sebagai Makhluk Sosial dalam Ruang Publik menurut Jürgen Habermas: Studi Kasus Pameran Metamorfosart 6. *Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 2(4), 23–32. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i4.674>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media and Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>

- Khairani, A., & Guspa, A. (2025). Pengaruh Self Control terhadap Toxic Online Disinhibition Effect pada Generasi Z Pengguna Aplikasi X. *CAUSALITA : Journal of Psychology*, 3(1), 243–253. <https://doi.org/10.62260/causalita.v3i1.525>
- Lim, S. S., & Soriano, C. R. R. (2016). *Asian Perspectives on Digital Culture*. Routledge.
- Maulana Arrasyid, R., Enggar Putera, D., & Yunizar Pratama Yusuf, A. (2026). Analisis Sentimen Review Pembelian Produk di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan Natural Language Processing. *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 18(2).
- McQuail, Denis. (2019). *McQuail's mass communication theory* (7th ed.). Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (3rd ed.). SAGE Publication.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4).
- Nurchayani, W. (2024). Analisis Persepsi Pengguna Tiktok Terhadap Konten Promosi Produk Kecantikan #Racunskincare. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 10(4), 883–889. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10537317>
- Ramadhani, Nurul Zahra, A., Rolanda Hendrakusuma, M., Khalishah Ramadhani, S., & Nuraida, H. (2026). “Takut Ketinggalan Tren”: Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Viralitas Media Sosial dan Dampaknya Pada Kehidupan Masyarakat. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 12(2), 2026.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1).
- Rakhmat, Jalaluddin. (2018). *Psikologi komunikasi* (Revisi). Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Sari Efriyanti, S., & Albina, M. (2025). Etika dalam Penelitian Pendidikan: Kajian Prinsip, Tantangan, dan Solusi Penerapannya. *Jurnal Media Akademik*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Setiawan, R. A., Askolani, & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen*, 6(2).

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta.
- Sukma, A., Narti, S., & Putra, D. (2025). Analisis Komentar Netizen Pada Akun Tiktok Barisan Pengusaha Pejuang (Studi Netnografi Pada Postingan Lagu Kampanye Prabowo Gibran) Netizens' Comment Analysis On The Tiktok Account "Barisan Pengusaha Pejuang" (A Netnographic Study On The Campaign Song Post Of Prabowo-Gibran). In *Social Sciences Journal* 3 (4).
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. In *Cyberpsychology & Behavior* 7 (3).
- Suler, J. (2015). *Psychology of the Digital Age Humans Become Electric*. Cambridge University Press).
- Suler, J. (2023). *The Pyschology of Cyberspace*.
- Sulistyawati, A., & Prabowo, D. W. (2026). Analisis Sentimen Komentar Pengguna Tiktok terhadap Konten Fashion Brand Clotiva dengan Random Forest, Logistic Regression, dan Support Vector Machine. *Jurnal Ragam Pengabdian Dan Penelitian*, 3(1).
- Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Swapnil Rai, R. (2018). P. David Marshall, Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2014. *International Journal of Communication*.
- K Wilona, R., & Nasution, M. I. P. (2026). Perilaku Pengguna dalam Memberikan Komentar Jahat di Media Sosial: Studi pada Pengguna Tiktok dan Instagram. *Saturnus: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 01–10. <https://doi.org/10.61132/saturnus.v4i1.1340>