



Moral Framing dan Engagement: Analisis Konten Kasus Kekerasan Seksual di X

Disa Mastura^{1*}, Annisa Rachma Syahrizal², Arini Salsabila³, Enni Sayekti⁴

¹Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, disa.mastura@ui.ac.id

³Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, annisa.syahrizal@ui.ac.id

³Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, arinisalsabilla@ui.ac.id

⁴Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, enni.sayekti@ui.ac.id

*Corresponding Author: disa.mastura@ui.ac.id

Abstract: Regarding the issue of sexual assault in Indonesia, this study investigates how Indonesian netizens use social media platforms to disseminate information about sexual assault, focusing on the framing of high-profile case of Nia Kurnia Sari. The primary objectives are to identify the most prevalent Moral Foundations Theory (MFT) concept within tweets related to the case and to determine which MFT concept has the strongest impact on information virality, as measured by social media engagement. Through quantitative content analysis, the study found that the care/harm MFT concept was the most prevalently used in tweets about the Nia Kurnia Sari case. However, the sanctity/degradation concept was found to be the most effective in driving social media engagement on the case. The presence of MFT concepts within social media posts significantly influences user behavior, as each concept elicits specific emotional responses that impact levels of engagement and sharing of information.

Keywords: Engagement, Moral, Moral Framing, Sexual Assault, Social Media

Abstrak: Terkait isu kekerasan seksual di Indonesia, penelitian ini mengupas cara warganet Indonesia dalam menggunakan platform media sosial untuk membagikan informasi tentang kekerasan seksual, dengan berfokus pada pembingkaian kasus Nia Kurnia Sari yang banyak mendapat perhatian publik. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi konsep Moral Foundations Theory (MFT) yang paling sering muncul dalam cuitan terkait kasus tersebut dan untuk mengetahui konsep MFT mana yang memiliki dampak terbesar pada viralitas informasi sebagaimana diukur oleh jumlah keterlibatan media sosial. Melalui metode analisis kuantitatif, penelitian ini menemukan bahwa konsep MFT yang paling banyak digunakan dalam cuitan mengenai kasus Nia Kurnia Sari adalah *care / harm*. Sementara itu, konsep MFT yang paling berpengaruh dalam mendorong keterlibatan media sosial terkait kasus tersebut adalah *sanctity / degradation*. Karena tiap konsep membangkitkan respons emosional yang berimbang pada tingkat keterlibatan dan pembagian informasi, adanya konsep MFT dalam posting media sosial memiliki dampak signifikan pada perilaku pengguna.

Kata Kunci: Kekerasan Seksual, Keterlibatan, Media Sosial, Moral, Pembingkaian Moral

PENDAHULUAN

Ruang interaktif dan dinamis yang disediakan platform media sosial memungkinkan profesional media untuk berbagi informasi, menyuarakan pendapat, dan saling menceritakan pengalaman dalam berbagai cara; juga memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi, mencari tahu mengenai sesuatu, dan turut serta dalam berbagi pemikiran atau pengalaman (Wang & Liu, 2021). Fenomena ini juga terjadi di Indonesia yang dibuktikan dengan persentase warga Indonesia yang menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama sebanyak 73% di tahun 2020, 76% di tahun 2021(Ahdiat, 2022) dan 72,6% di tahun 2022 (Annur, 2023). Dengan adanya alat untuk berbagi atau menyebarkan berita dan informasi terdapat perbedaan peran pengguna dalam rantai informasi; yang sebelumnya pengguna bertindak sebagai konsumen pasif, kini mereka secara aktif membuat, membagikan, dan memberi komentar pada konten, dengan kata lain menjadi partisipan utama dalam membentuk beragam informasi (Karnowski et al., 2017; Liang & Yang, 2015; Shu et al., 2017) sebagaimana dikutip dalam Zhang & Cheng, 2024). Peran media sosial terlihat nyata dalam memberikan perhatian bagi isu sosial tertentu yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dengan harapan mendorong tindakan yang akan menciptakan perubahan (Soares & Joia, 2015). Pada aksi demonstrasi besar-besaran terhadap RUU ekstradisi di Hong Kong, pengunjuk rasa lokal dan pendukung mancanegara menggunakan sejumlah platform media sosial untuk menyebarkan berita secara meluas dan mengundang perhatian warga dunia melalui tagar #HongKongPoliceBrutality (Wang & Liu, 2021). Sedangkan di Australia, terdapat gerakan #MeToo di media sosial yang mampu memperkuat suara perempuan yang pernah mengalami pelecehan atau kekerasan seksual; meski perempuan di wilayah terpencil menghadapi kesulitan dalam mencari bantuan dan mengungkapkan kisah mereka karena keterbatasan geografis, besarnya nilai dari gerakan sosial tersebut cukup diakui terutama mengenai kemampuannya menghubungkan penyintas kekerasan sosial melalui jaringan digital (Innis et al., 2024). Di Swedia, media sosial menjadi alat krusial dalam perkembangan gerakan #MeToo, dengan infrastruktur teknis yang memfasilitasi pertemuan orang secara kolektif selagi memburamkan perbedaan di antara mereka sehingga mereka dapat terhubung meski tidak saling mengenal tetapi dapat bersatu untuk saling memberdayakan, yang berimbas pada peningkatan kesadaran dan pengetahuan publik terhadap isu pelecehan seksual (Hansson et al., 2024). Jika dilihat di Indonesia, peran media sosial dalam mencegah perilaku kekerasan seksual juga dapat dilihat dari fungsinya untuk meningkatkan kesadaran pengguna melalui konten-konten edukatif, memberikan ruang bernaung korban dan penyintas melalui layanan pengaduan daring, menyediakan ruang berkumpulnya komunitas bagi aktivis, korban, dan penyintas, dan sebagai tempat pelaksanaan kampanye daring seputar antikekerasan seksual (Idris et al., 2023).

Terkait peran media sosial terhadap isu kekerasan seksual, peneliti tertarik untuk mengupas bagaimana warganet Indonesia membagikan berita atau informasi berkenaan dengan kasus pemerkosaan dan pembunuhan Nia Kurnia Sari melalui platform media sosial X. Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditemukan, terdapat kaitan antara nilai-nilai moral tertentu dalam setiap posting pada platform media sosial, yang berpotensi menggugah respons emosional audiens sehingga memiliki efek pada keterlibatan audiens dalam menerima informasi, membuat keputusan, dan membentuk perilaku (Wang & Liu, 2021; Voelkel & Feinberg, 2018; Yang et al., 2024). Untuk menjelaskan hal ini, peneliti menggunakan konsep dan teori *Moral Framing* yang dilandasi oleh gagasan *Moral Foundations Theory* (MFT) dan *Framing Theory* untuk menjabarkan penggunaan bahasa yang dikemukakan secara eksplisit dalam membedakan baik, buruk, dan membenarkan tindakan berdasarkan moral (Torwel, 2015). Sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya, peneliti juga menggunakan teori

Social Media Engagement (SME) untuk meneliti keterlibatan pengguna pada posting, yang merujuk pada perilaku pengguna dalam mengonsumsi konten di platform media sosial dengan berpartisipasi dan berinteraksi secara aktif (Oh et al., 2017; Yoon et al., 2018, sebagaimana dikutip dalam Trunfio & Rossi, 2021). Dengan menggunakan kedua konsep ini, peneliti juga mengupas perbedaan jenis moral yang diterapkan pada konten dari jenis akun yang berbeda berdasarkan kepentingan tiap individu sehingga dapat diketahui dimensi moral mana dari konsep MFT (yaitu *care/harm, fairness/cheating, loyalty/betrayal, authority/subversion, sanctity/degradation*) yang paling sering muncul dalam *cuitan* tentang kasus Nia Kurnia Sari serta dimensi moral mana dari konsep *Moral Foundation* yang berefek paling besar pada viralitas informasi berdasarkan jumlah keterlibatan media sosial dalam posting tentang kasus Nia Kurnia Sari.

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan 2 teori utama yaitu MFT (*Moral Foundations Theory*) dan SME (*Social Media Engagement Theory*) yang menjadi pendukung dari penelitian ini. *Moral Framing* merupakan pendekatan dalam ilmu komunikasi dan psikologi yang menjelaskan bagaimana media dibingkai menggunakan elemen moral yang dianggap penting oleh audiens dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku mereka dalam memperoleh informasi. Teori ini berakar dari konsep *moral foundation* yang dikemukakan oleh Jonathan Haidt dan rekannya untuk menjelaskan divergensi moral antarbudaya yang dibagi ke dalam lima landasan; *Care/Harm* (Kepedulian / Kerusakan), *Fairness / Cheating* (Keadilan / Kecurangan), *Loyalty / Betrayal* (Loyalitas / Pengkhianatan), *Authority / Subversion* (Otoritas/Subversi), *Sanctity/Degradation* (Kesucian / Degradasi) (Haidt, 2020). Dengan menggunakan kelima moral tersebut, media dapat meningkatkan resonansi emosional pesan dan memperkuat kecenderungan audiens untuk mendukung atau menolak suatu isu. Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan mengkaji jenis moral yang berdampak pada keterlibatan audiens pada kasus kekerasan seksual Nia Kurnia Sari.

Sedangkan teori *Social Media Engagement* sendiri menjelaskan fungsi teknologi sebagai landasan bagi orang-orang dari berbagai tempat dan zona waktu untuk saling terhubung, di mana perkembangan media sosial memiliki kaitan erat dan berjalan paralel dengan perkembangan teknologi, serta menjadi platform yang memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi dan menjalin koneksi secara inovatif, berbeda dari cara-cara yang ada sebelumnya. Model teori ini berakar dari model interaksi antara pengguna dan organisasi yang dikembangkan sehingga berfokus pada interaksi sosial antarpengguna sebagaimana ditunjang oleh platform media sosial yang disediakan oleh organisasi. Lebih lanjut, teori *Social Media Engagement* (SME) berpusat pada konsep keterlibatan di mana dalam model ini terdapat beberapa faktor yang membentuk pengalaman pengguna, keterlibatan pengguna, dan penggunaan media sosial (Di Gangi & Wasko, 2016).

Lebih lanjut, konsep *Moral Contagion* berperan dalam mengaitkan teori *Moral Foundations* dan *Social Media Engagement*, dengan membantu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penyebaran berbagai macam konten, di mana dua komponen utama yang diungkapkan dalam konsep ini adalah pembagian konten berunsur moral emosional dan proses penularan sosial (penularan perilaku, emosi, atau sikap tertentu) berdasarkan penyebaran informasi (Brady et al., 2020). *Moral contagion* sendiri merujuk pada gagasan di mana penyebaran atau pembagian konten di platform *online* dipengaruhi oleh unsur moral yang terkandung dalam konten tersebut dan perasaan emosi yang dibangkitkan olehnya. Dari konsep ini, model Motivasi, Perhatian, dan Desain (*Motivation, Attention, and Design/MAD*) dibentuk untuk memperjelas proses psikologis yang mendasari *Moral Contagion*. Motivasi mengacu pada alasan yang berperan dalam perilaku atau tindakan yang diambil pada platform *online* sehingga berpengaruh terhadap penyebaran konten berunsur moral emosional secara *online*. Alasan ini berkaitan dengan konteks sosial yang memiliki relevansi terhadap identitas, seperti keinginan atas merasa nyaman atau diterima oleh komunitas tempat seseorang berada yang

dalam hal ini adalah media sosial. Untuk mencapai dan mempertahankan hal tersebut, pernyataan seseorang dalam media sosial harus sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung oleh komunitas tempat ia tergabung. Dalam model ini, perhatian publik lebih terfokus pada konten yang bersifat emosional dan relevan secara sosial. Konten semacam ini cenderung menonjol di antara berbagai konten lain di media sosial. Meskipun demikian, persepsi mengenai moralitas suatu konten yang bersifat emosional dapat bervariasi antar individu. Faktor-faktor seperti karakteristik konten itu sendiri dan nilai-nilai yang dianut oleh kelompok sosial tertentu turut mempengaruhi seberapa luas konten tersebut disebarluaskan. Desain platform media sosial turut berperan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada konten yang bersifat emosional. Fitur-fitur seperti notifikasi dan algoritma personalisasi dirancang untuk mempertahankan minat pengguna dan menyajikan konten yang relevan secara emosional. Platform media sosial juga memfasilitasi ekspresi emosi melalui berbagai fitur, seperti penggunaan simbol-simbol visual dan kemudahan dalam berbagi konten. Hal ini memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menyebarluaskan konten yang mampu membangkitkan emosi.

Berikutnya ialah empat konsep kunci yang akan peneliti gunakan sebagai alat yang diharapkan dapat membantu menganalisis kasus yang diangkat peneliti terkait efek jenis *moral framing* terhadap keterlibatan pengguna pada kasus kekerasan seksual di media sosial studi analisis isi pada konten TikTok terkait berita pembunuhan dan pemerkosaan Nia Kurnia Sari. Berikut adalah empat konsep tersebut.

Pertama, peneliti menggunakan salah satu fungsi dari teori *Moral Foundations* yaitu *Moral Framing* yang dimana, penelitian ini ingin mengetahui konsep dari *Moral Framing* yang digunakan para pengguna media sosial TikTok dalam membagikan atau membuat konten terhadap berita yang peneliti teliti. Penggunaan konsep *Moral Framing* sendiri akan ditinjau dari bagaimana konten tersebut dibalut, mulai penyampaian, narasi dari konten tersebut, dan penggunaan suara dari konten tersebut yang akan mendukung *engagement* yang didapat dari hasil konten tersebut.

Kedua, adalah penggunaan media sosial X sebagai alat untuk mendapatkan konten-konten yang digunakan oleh peneliti untuk mengkaji lima konsep *moral foundations* terhadap kasus kekerasan seksual pada Nia Kurnia Sari, untuk mengetahui partisipasi masyarakat terhadap konten-konten mengenai kekerasan seksual yang menimpa pada Nia Kurnia Sari. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian sebelumnya mengkaji pesan-pesan media sosial yang terkait dengan hashtag tertentu (#HongKongPoliceBrutality) untuk memberikan wawasan penting tentang bagaimana para pengunjuk rasa dapat secara strategis memanfaatkan media sosial, seperti X, untuk menarik perhatian dan memobilisasi dukungan lintas batas (Wang & Liu, 2021). Pada hari Minggu, 8 September 2024 media sosial digemparkan dengan berita mengenai seorang gadis bernama Nia Kurnia Sari yang berumur 18 tahun telah dinyatakan tewas karena mengalami kekerasan seksual yang dimana akhirnya pelaku membunuh Nia serta mengubur dia dalam kondisi tidak berbusana. Menurut pihak keluarga sendiri, Nia sudah dinyatakan hilang sejak tanggal 6 September 2024 dan tidak pernah terlihat lagi sampai terdengar berita kabar dukanya. Berita mengenai Nia ini menggemparkan berbagai media platform salah satunya X, dan banyak masyarakat yang mengikuti kasus ini hingga membuat konten agar kasus ini terus naik guna memberikan *awareness* kepada masyarakat dan mengawal terus kasus ini agar pihak berwajib dapat menyelidiki kasus ini hingga tuntas dan memberikan keadilan kepada korban serta keluarga korban.

Ketiga, viralitas dalam konteks berbagi informasi secara daring melalui media sosial menunjukkan popularitas konten dan menjadi indikator adanya penerimaan/persetujuan sosial. Metriks yang dikembangkan untuk mengukur viralitas mencakup jangkauan viral (volume penayangan, *sharing*, dan *forwarding*), evaluasi afektif (respons emosional pengguna terhadap pesan daring melalui *like* atau *favorite*), dan pertimbangan pesan (Wang & Liu, 2021). Dalam

penelitian ini, viralitas informasi pada platform X dianalisis berdasarkan jumlah *quote, retweet, favorite* dan *reply* suatu konten.

Keempat, konsep kekerasan seksual didefinisikan sebagai semua perbuatan yang berhubungan dengan aktivitas seksual maupun percobaan aktivitas seksual atau komentar atau perbuatan lainnya yang menyerang secara paksa seksualitas seseorang tanpa memandang hubungan yang dimiliki antara korban dan pelaku (World Health Organization, 2024). Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2022 tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual, tindak pidana kekerasan seksual adalah segala perbuatan yang memenuhi unsur tindak pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini dan perbuatan kekerasan seksual lainnya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berdasarkan Pasal 4 ayat (1), tindak pidana kekerasan seksual yang dialami oleh Nia dapat dikategorikan sebagai pelecehan seksual fisik dan pemaksaan perkawinan (Database Peraturan, 2022).

Bersinggungan dengan penelitian ini, di mana Nia mendapatkan kekerasan seksual oleh pria berusia 26 tahun yang berakhir merenggut nyawanya diumur yang masih belia. Dengan penelitian ini juga, *awareness* diberikan kepada masyarakat untuk bisa menggunakan media sosial dengan efisien dalam memberikan berita mengenai kekerasan seksual. Seperti pada penelitian ini yang di mana dapat mengangkat kasus ini ke platform media sosial menggunakan teori yang digunakan yaitu *Moral Framing* dan *Social Media Engagement*.

METODE

Menimbang tujuan peneliti untuk mencari tahu relasi jenis-jenis *moral framing* dengan keterlibatan pengguna pada kasus kekerasan seksual di media sosial, metode analisis isi dilakukan karena melibatkan penelaahan konten dilakukan terhadap sejumlah posting di media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi karena metode ini dapat membantu dalam mengeksplor pembingkaian berita kekerasan seksual melalui konten bermoral. Inti dari metode analisis isi adalah proses *coding*, yang melibatkan serangkaian instruksi tentang fitur-fitur yang perlu dicari dalam teks, lalu melakukan pencatatan saat fitur tersebut muncul. Merujuk pada penelitian sebelumnya, peneliti akan menggunakan Microsoft Excel untuk menghitung data yang dikumpulkan dari 8 September 2024 sampai dengan 26 September 2024 mengenai kasus kekerasan seksual Nia Kurniasari, peneliti akan menggunakan ID unik cuitan melalui Twitter Search API untuk mengoleksi data yang didapatkan dari X untuk mendapatkan nilai hasil dari penelitian ini. Populasi dari penelitian ini adalah cuitan masyarakat Indonesia mengenai kasus Nia Kurniasari, di mana populasi ini akan peneliti dapatkan dari media sosial X. Peneliti melihat dari konten yang disuguhkan oleh pengguna media sosial tersebut dan melihat keterlibatan yang dihasilkan dari pembingkaian 5 konsep moral framing melalui jumlah *quote, retweet, favorite*, dan *reply*, yang dihasilkan dari konten yang didapatkan. Dari populasi tersebut, peneliti akan mengambil sample menggunakan *purposive sampling*, yang termasuk dalam *non probability sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 377 konten dari platform X yang membahas mengenai Nia Kurnia Sari, untuk mengkaji lima unsur *moral foundations* yang digunakan oleh pencuit di X tersebut. Selain itu peneliti juga melihat keterlibatan pengguna dari dampak konten yang telah diciptakan melalui *quote, retweet, favorite*, dan *reply*. Dari 377 konten yang diteliti, akan ditinjau eksistensi dari masing-masing jenis *moral framing* pada setiap konten menggunakan skala nominal dengan ketentuan 1 = ada dan 0 = tidak ada. Dari analisis di atas, data akan diakumulasikan secara keseluruhan sehingga hasil data akan berbentuk persentase dan dapat melihat jenis *moral framing* mana yang berpengaruh dalam keterlibatan pengguna di media sosial X.

Berdasarkan tinjauan literatur yang penulis lakukan terhadap konsep MFT (*Moral Foundations Theory*) yang dikemukakan oleh Jonathan Haidt, ia mencetuskan 5 konsep MFT yaitu *Care / Harm, Fairness / Cheating, Loyality / Betrayal, Authority / Subversion*, dan *Sanctity/Degradation*, dan 5 konsep ini yang akan peneliti gunakan untuk penelitian ini (Haidt,

2020). Dari konsep *Care / Harm* peneliti meneliti konten-konten yang mengandung kata Aman, Haru, Simpati, Sembunyi, Baik, Sakit Hati, Kejam, Bejat, Bunuh, dan Perhatian dengan skala 1= ada dan 0 = tidak ada. Dari konsep *Fairness / Cheating*, peneliti meneliti konten-konten yang mengandung kata Adil, Berhak, Sebanding, Sesuai, Layak, Ditetapkan, dan Tidak Adil dengan skala 1= ada dan 0 = tidak ada. Dari konsep *Loyality/Betrayal* peneliti meneliti konten-konten yang mengandung kata Bersama, Sama, Keluarga, Komunitas, Teman, Gabungan, Anggota, Warga dan Menyita dengan skala 1= ada dan 0 = tidak ada. Dari konsep *Authority/Subversion* peneliti meneliti konten-konten yang mengandung kata Hukum, Kehormatan, Menghargai, Ibu, Deretan, Pimpinan, Ketua, Dikirim, Pertahankan, Lawan dan Situasi dengan skala 1= ada dan 0 = tidak ada. Dari kata *Sanctity/Degradation* peneliti meneliti konten-konten yang mengandung kata Gadis, Sederhana, Sakit, Sembarangan, Dinodai, Keji, dan Sampah dengan skala 1= ada dan 0 = tidak ada.

Tinjauan literatur mengenai SME (*Social Media Engagement Theory*) yang dikemukakan oleh Paul M. Di Gangi dan Molly Wasko menjelaskan bahwa fungsi teknologi sebagai landasan bagi orang-orang dari berbagai tempat dan zona waktu untuk saling terhubung dan berpusat pada konsep keterlibatan di mana dalam model ini terdapat beberapa faktor yang membentuk pengalaman pengguna, keterlibatan pengguna, dan penggunaan media sosial. Pada penelitian ini, peneliti juga melihat keterlibatan pengguna dari dampak konten yang telah diciptakan melalui *quote, retweet, favorite* dan *reply* yang dihitung menggunakan Microsoft Excel, dari 377 cuitan yang telah didapatkan dari periode 8 September 2024 sampai dengan 26 September 2024 peneliti akan menggunakan ID unik cuitan melalui Twitter Search API untuk mengoleksi data yang didapatkan dari X untuk mendapatkan nilai hasil dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap sampel konten X, ditemukan bahwa kata-kata yang mengandung dimensi moral *care/harm* terbukti memiliki frekuensi paling tinggi dari kelima konsep *Moral Foundations Theory* (MFT) dengan jumlah sebanyak 348 cuitan, dengan kata “bunuh” sebagai kata yang paling sering muncul dan dipakai oleh pengguna media sosial X sebanyak 330 cuitan. Secara spesifik, 348 cuitan diidentifikasi menggunakan konsep MFT *care/harm*, 5 cuitan dengan konsep *fairness / cheating*, 336 cuitan dengan konsep *loyalty / betrayal*, 294 cuitan dengan dimensi *authority / subversion*, 311 cuitan dengan konsep *sanctity/degradation*. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan sejalan dengan hipotesis 1 yang telah diasumsikan oleh peneliti, yaitu konsep MFT yang paling sering muncul dalam cuitan tentang kasus Nia Kurnia Sari adalah *care / harm*.

Penemuan selanjutnya yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa konsep *Moral Foundations Theory* (MFT) yang menunjukkan keterlibatan media sosial yang paling tinggi adalah *sanctity / degradation* dengan jumlah keterlibatan (*favorite, quote, reply*, dan *retweet*) sebanyak 2.195 keterlibatan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan tidak sejalan dengan hipotesis 2 yang telah diasumsikan oleh peneliti, yaitu konsep MFT yang memiliki pengaruh terbesar pada viralitas berdasarkan jumlah keterlibatan media sosial dalam posting tentang kasus Nia Kurnia Sari adalah *care/harm*.

Reliabilitas

Dalam melakukan uji reliabilitas, pengodingan kategorisasi kata bermoral dilakukan pada cuitan yang mengandung kata yang terdapat pada *moral foundation dictionary* (MFD) yang peneliti temukan pada media sosial X mengenai kasus Nia Kurnia Sari yang diposting dari tanggal 8 hingga 26 September 2024. Pengujian tidak dilakukan pada seluruh kata yang terdapat pada *moral foundations dictionary* (MFD), namun kategorisasi telah menggambarkan pengukuran reliabilitas antar-coder. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas antar-coder yang dilakukan oleh coder 1, 2, dan 3 :

Tabel 1. Hasil Persentase Uji Reliabilitas Coder 1

Kategori Moral	JumlahKata	Persentase (%)
Care/Harm	10	21.74
Fairness/Cheating	7	15.22
Loyalty/Betrayal	9	19.57
Authority/Subversion	11	23.91
Sanctity/Degradation	9	19.57
Total	46	100

Tabel 2. Hasil Persentase Uji Reliabilitas Coder 2

Kategori Moral	JumlahKata	Persentase (%)
Care/Harm	10	22.73
Fairness/Cheating	7	15.91
Loyalty/Betrayal	8	18.18
Authority/Subversion	10	22.73
Sanctity/Degradation	9	20.45
Total	44	100

Tabel 3. Hasil Persentase Uji Reliabilitas Coder 3

Kategori Moral	JumlahKata	Persentase (%)
Care/Harm	8	22.86
Fairness/Cheating	5	14.29
Loyalty/Betrayal	7	20.00
Authority/Subversion	8	22.86
Sanctity/Degradation	7	20.00
Total	35	100

Dari kategorisasi data tersebut, peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan dua formula yang ditemukan dari penelitian sebelumnya, yaitu rumus Holsti dan rumus Scott Pi. Berdasarkan data-data kategori yang telah dikumpulkan, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas antara peneliti sebagai *coder 1*, Yunati sebagai *coder 2*, dan Bunga sebagai *coder 3*. Dari hasil *coding* sebelumnya, ditemukan 34 kesamaan kata yang terdiri dari 8 kata pada moral *care/harm*, 5 kata pada moral *fairness/cheating*, 6 kata pada *loyalty/betrayal*, 8 kata pada moral *authority/degradation*, dan 7 pada moral *sanctity/degradation*. Kesamaan kata tersebut diperoleh dari 46 kata yang ditemukan oleh *coder 1*, 44 kata yang ditemukan oleh *coder 2*, dan 35 kata yang ditemukan oleh *coder 3*. Sehingga keselarasan yang konkret diperoleh dengan cara berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Reliabilitas antar-coder} &= \frac{3M}{N1 + N2 + N3} \\
 &= \frac{3(34)}{46 + 44 + 35} \\
 &= \frac{102}{125} \\
 &= 0.816 \text{ (82%)}
 \end{aligned}$$

Hasil pengujian di atas menunjukkan tingkat reliabilitas berada di angka 0.816 atau 82%. Hasil tersebut akan diuji lagi dengan menggunakan rumus Scott Pi untuk mengoptimalkan kekuatan data. Untuk melakukan uji keselarasan antar-coder menggunakan rumus Scott Pi, peneliti melakukan penelaahan data persentase yang diharapkan terlebih dahulu

dengan menghitung proporsi (p) dari setiap kategori yang ada, lalu dikuadratkan (p^2)². Uraian proporsi setiap kategorisasi moral akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. Uraian Proporsi Kategori Moral

Kategori Moral	Frekuensi			Proporsi (1+2+3)	Kuadrat Proporsi
	Coder 1	Coder 2	Coder 3		
<i>Care/Harm</i>	10	10	8	28	0.224
<i>Fairness/Cheating</i>	7	7	5	19	0.152
<i>Loyalty/Betrayal</i>	9	8	7	24	0.192
<i>Authority/Subversion</i>	11	10	8	29	0.232
<i>Sanctity/Degradation</i>	9	9	7	25	0.200
Total	46	44	35	125	1
					0.204

Dari data di atas dapat dilihat bahwa hasil keselarasan antar-*coder* yang ditemukan ialah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Reliabilitas antar-}coder (\text{RAC}) &= \frac{\% \text{ Persetujuan yang diamati (R)} - \% \text{ persetujuan yang diharapkan (J)}}{1 - \% \text{ persetujuan yang diharapkan}} \\
 &= \frac{(0.816 - 0.204)}{(1 - 0.204)} \\
 &= \frac{0.612}{0.796} \\
 &= 0.768 (77\%)
 \end{aligned}$$

Setelah melakukan pengujian reliabilitas menggunakan rumus Scott Pi, didapatkan tingkat reliabilitas berada di angka 0.768 atau 77%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur (*coding sheet*) yang digunakan untuk melakukan *coding* jumlah kata bermoral yang ditemukan pada *moral foundation dictionary* (MFD) dan cuitan pada aplikasi X mengenai kasus Nia Kurnia Sari yang diposting dari tanggal 8 hingga 26 September 2024 merupakan alat yang reliabel karena telah melebihi angka reliabilitas minimum yang menjadi tolak ukur yang diterima sebesar 0,7 atau 70%.

Data Hasil Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menghitung frekuensi dimensi konsep *Moral Foundations* yang memiliki relasi paling besar pada viralitas informasi berdasarkan jumlah keterlibatan media sosial dalam posting tentang kasus Nia Kurnia Sari menggunakan Twitter Search API dengan mengumpulkan ID unik cuitan melalui media sosial X. Setelah data mengenai kasus kekerasan seksual Nia Kurnia Sari per tanggal 8 September 2024 sampai dengan 26 September 2024 berhasil dikumpulkan sebanyak 2000 cuitan, peneliti kemudian menyaring keseluruhan cuitan dengan konten yang sama sehingga pada akhirnya hanya tersisa 377 cuitan. Berikut adalah hasil dari Twitter Search API mengenai keterlibatan pengguna pada cuitan kekerasan seksual Nia Kurnia Sari :

Tabel 5. Uraian Proporsi Kategori Moral

Moral Foundations	Kata	# Fav	# Q	# Rep	# RT	# Engagement
<i>Care/Harm</i>	Aman	0	0	0	0	0
	Simpati	17	1	2	1	21
	Baik*	5	0	0	0	5
	Sakit hati	40	0	5	7	52
	Kejam	40	0	5	7	52

	Bejat*	59	0	5	48	112
	Bunuh	1021	205	205	168	1599
	Perhatian	4	2	0	0	6
	Total	1186	208	222	231	1847
<i>Fairness/Cheating</i>	Adil	0	0	0	0	0
	Berhak	0	0	0	0	00
	Sebanding	3	0	0	0	3
	Ditetapkan	15	0	9	0	24
	Tidak adil	0	0	0	0	0
	Total	18	0	9	0	27
<i>Loyalty/Betrayal</i>	Bersama	283	23	66	70	442
	Keluarga	16	1	1	1	19
	Komunitas	14	0	2	2	18
	Teman	44	1	7	27	79
	Anggota	0	0	1	0	1
	Warga	616	22	74	52	764
<i>Authority/Subversion</i>	Total	973	47	151	152	1323
	Hukum	390	27	147	95	659
	Kehormatan	0	0	0	0	0
	Penghargaan	2	0	0	0	2
	Ibu	1	0	0	0	1
	Pimpinan	6	1	0	1	8
<i>Sanctity/Degradation</i>	Ketua	7	1	0	1	9
	Pertahankan	0	0	0	0	0
	Lawan	0	0	0	0	0
	Total	406	29	147	97	679
	Gadis	1515	37	278	239	2069
	Sakit	40	0	5	7	52
	Dinodai	0	0	0	0	0
	Keji	0	0	0	0	0
	Sampah	0	0	1	0	1
	Baik*	5	0	0	0	5
	Bejat*	59	0	5	48	112
	Total	1619	37	289	294	2239

Pembahasan

Dengan menggunakan teori *moral foundation* dan *social media engagement*, penelitian ini mengungkap konsep moral yang tersaji dalam cuitan media sosial X yang membahas kasus Nia Kurnia Sari dan kemungkinan keterlibatan pengguna media sosial terhadap cuitan tersebut. Berdasarkan sampel cuitan yang relevan dengan tema penelitian, peneliti menemukan bahwa konsep *MFT* yang paling sering muncul dalam cuitan adalah *care/harm* dan cuitan yang memiliki keterlibatan yang tinggi (berdasarkan jumlah *favorite*, *quote*, *reply*, dan *retweet*) mengandung konsep moral berikut: *sanctity/degradation*, *carm/harm*, atau *loyalty/betrayal*. *Sanctity/degradation* adalah konsep yang memiliki tingkat keterlibatan media sosial paling tinggi dari kelima konsep MFT dalam konten X terkait kasus Nia Kurnia Sari. Viralitas yang lebih tinggi melalui *moral framing* ini menunjukkan bahwa konten yang mengandung konsep MFT *sanctity/degradation* memiliki efek paling besar dalam memicu respon emosional pengguna platform X dan mendorong keterlibatan melalui tindakan *favorite*, *quote*, *reply*, dan *retweet* untuk memobilisasi perhatian pengguna platform X lainnya terhadap kasus Nia Kurnia Sari.

Hasil/temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wang (2021) yang mengangkat studi kasus protes RUU antiekstradisi Hong Kong tahun 2019. Dalam

penelitian melalui platform X tersebut, Wang menemukan bahwa cuitan dengan tagar *#HongKongPoliceBrutality* yang dibingkai dengan konsep MFT *care/harm, fairness/cheating*, dan *authority/subversion* menghasilkan keterlibatan pengguna yang paling tinggi, dengan *care/harm* sebagai konsep MFT yang paling tinggi dampaknya pada keterlibatan. Salah satu penjelasan yang mungkin untuk perbedaan temuan ini adalah perbedaan identitas sosial kelompok, di mana masyarakat Indonesia cenderung memegang dan menjunjung tinggi nilai – nilai spiritual/agama sehingga lebih besar kemungkinan bagi mereka tergerak oleh konsep MFT *sanctity/degradation* yang mengacu pada gagasan tentang nilai – nilai spiritual dan antipati/penolakan atas pelanggaran nilai – nilai tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa identitas berbasis geografis menjadi faktor penting untuk dipertimbangkan bersama dengan analisis *moral framing*.

Selain faktor *moral framing*, peran media berita dalam menyampaikan dan membangun narasi tentang Nia Kurnia Sari yang berfokus pada latar belakang sosial dan alasannya mengumpulkan biaya dengan berjualan gorengan, yaitu untuk keperluan melanjutkan pendidikan, turut memiliki dampak pada emosi masyarakat khususnya warganet pengguna platform X untuk terlibat dan menyebarluaskan kasus tersebut.

KESIMPULAN

Bagaimana suatu isu disajikan atau dibingkai memiliki keterkaitan dengan keterlibatan pengguna media sosial, di mana setiap konsep MFT pada pembingkaian memiliki dampak yang unik pada cara pengguna memahami dan merespons konten yang dibagikan. Dalam menggunakan kerangka moral untuk mendorong keterlibatan media sosial, pembuat konten perlu mempertimbangkan faktor identitas sosial masyarakat. Pada masyarakat yang menjunjung tinggi nilai – nilai spiritual seperti di Indonesia, konsep MFT yang relevan dengan nilai tersebut yaitu *sanctity/degradation* memiliki dampak paling signifikan pada keterlibatan pengguna sosial dan viralitas informasi dibandingkan dengan keempat konsep lainnya. Hal ini menunjukkan adanya keterbatasan efek *moral framing* pada tingkat keterlibatan media sosial, yang mana dapat dimoderasi oleh faktor lainnya, seperti identitas sosial. Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi. Pertama, melalui penggunaan teori *moral foundation* dan *social media engagement* untuk mengkaji *moral framing* dalam kaitannya dengan keterlibatan pengguna atas konten, dapat mendorong atau membatasi penyebaran pesan/informasi melalui media sosial. Kedua, penelitian ini berkontribusi dalam memajukan literatur tentang interaksi sosial daring dalam konteks mobilisasi perhatian publik dan membantu dalam penyelesaian isu sosial yang terjadi di masyarakat.

REFERENSI

- Ahdiat, A. (2022, September 7). Mayoritas Warga RI Cari Informasi di Media Sosial. *Databooks*.
- Annur, C. M. (2023, May 30). Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia. *Databooks*.
- Brady, W. J., Crockett, M. J., & Van Bavel, J. J. (2020). *The MAD Model of Moral Contagion: The Role of Motivation, Attention, and Design in the Spread of Moralized Content Online*. 15(4).
- Database Peraturan. (2022). REPUBLIK INDONESIA-2-Dengan Persetujuan Bersama DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA dan PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/207944/uu-no-12-tahun-2022>
- Di Gangi, P. M., & Wasko, Ily M. (2016). *Social Media Engagement Theory*.
- Haidt, J. (2020). *The Righteous Mind*. Kepustakaan Populer Gramedia.

- Hansson, K., Ganetz, H., & Sveningsson, M. (2024). The significance of feminist infrastructure: #MeToo in the construction industry and the green industry in Sweden. *Gender, Work and Organization*, 31(3), 1092–1112. <https://doi.org/10.1111/gwao.12994>
- Idris, N. B., Nabila, M., & Sari, S. P. (2023). *Analisis Peran Media Sosial dalam Mencegah Perilaku Pelecehan Seksual Terhadap Wanita*. 1(3).
- Innis, J., Chung, D., & Schulze, D. (2024). “The Risk to Reward for Being an Out Proud Survivor”: Reflections on the #MeToo Movement From Rural and Remote Australia. *Affilia - Feminist Inquiry in Social Work*, 39(3), 481–498. <https://doi.org/10.1177/08861099231223487>
- Karnowski, V., Leonhard, L., & Kümpel, A. S. (2017). Why Users Share the News: A Theory of Reasoned Action-Based Study on the Antecedents of News-Sharing Behavior. *Communication Research Reports*, 35(2), 91–100. <https://doi.org/10.1080/08824096.2017.1379984>
- Liang, J., & Yang, M. (2015). On Spreading and Controlling of Online Rumors in We-media Era. *Asian Culture and History*, 7(2). <https://doi.org/10.5539/ach.v7n2p42>
- Oh, C., Roumani, Y., Nwankpa, J. K., & Hu, H. F. (2017). Beyond likes and tweets: Consumer engagement behavior and movie box office in social media. *Information and Management*, 54(1), 25–37. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.004>
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Soares, C., & Antonio Joia, L. (2015). *The Influence of Social Media on Social Movements: An Exploratory Conceptual Model*. 27–38. https://doi.org/10.1007/978-3-319-22500-5_3i
- Torwel, V. (2015). Moral Framing and the Development of Political Conflicts: An Analysis of New York Times’ Stories in the Build up to the 2003 Iraqi War. *ATHENS JOURNAL OF MASS MEDIA AND COMMUNICATIONS*, 1(4), 257–274. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.1-4-2>
- Trunfio, M., & Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2021(3), 267–292. <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>
- Voelkel, J. G., & Feinberg, M. (2018). Morally Reframed Arguments Can Affect Support for Political Candidates. *Social Psychological and Personality Science*, 9(8), 917–924. <https://doi.org/10.1177/1948550617729408>
- Wang, R., & Liu, W. (2021). *Communication Monographs ISSN: (Print) (Moral framing and information virality in social movements: A case study of #HongKongPoliceBrutality)*.
- World Health Organization. (2024, March 25). *Violence against women*.
- Yang, A., Zhou, A., Shin, J., Huang-Isherwood, K., Liu, W., Dong, C., Lee, E., & Sun, J. (2024). Sharing is caring? How moral foundation frames drive the sharing of corrective messages and misinformation about COVID-19 vaccines. *Journal of Computational Social Science*. <https://doi.org/10.1007/s42001-024-00320-4>
- Yoon, G., Li, C., Ji, Y., North, M., & Hong Jiangmeng Liu, C. (2018). Attracting Comments: Digital Engagement Metrics on Facebook and Financial Performance. *Digital Engagement with Advertising Submit an Article Journal Homepage Journal of Advertising*, 47(1), 980. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405753?scroll=top&needAccess=true>
- Zhang, Z., & Cheng, Z. (2024). Users’ unverified information-sharing behavior on social media: The role of reasoned and social reactive pathways. *Acta Psychologica*, 245. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104215>