

PERILAKU ANGGOTA KOMUNITAS MARAH-MARAH DI MEDIA SOSIAL X PADA KASUS “MEDALI GIVEAWAY” DI BERITA METRO TV

AMANDA RESTU AULIADHIVA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penyebutan diksi “Medali *Giveaway*” yang diberikan oleh Metro TV terhadap kemenangan Gregoria Mariska Tunjung pada Olimpiade Paris 2024 cabang bulu tangkis, sebab dirinya memperoleh medali perunggu karena lawannya mengundurkan diri. Diksi tersebut menimbulkan kontroversi hingga membuat banyak orang berkomentar di media sosial dan menjadi *trending topic*. Peneliti berfokus pada perilaku anggota Komunitas Marah-Marah pada media sosial X dalam menanggapi pemberitaan yang ditayangkan oleh Metro TV terhadap penggunaan diksi “Medali *Giveaway*” untuk Gregoria Mariska Tunjung, yang berhasil meraih juara tiga pada Olimpiade Paris 2024. X yang menjadi media sosial yang disorot dalam isu ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi yang dikembangkan oleh Robert V. Kozinets untuk mengetahui bagaimana perilaku anggota komunitas yang terjadi pada saat terdapat suatu isu atau fenomena di dunia digital, khususnya media sosial. Penelitian ini menggunakan *excel* dalam proses pengumpulan data.

Kata kunci: Metro TV, Medali *Giveaway*, Komunitas Marah-Marah, X, Netnografi

THE BEHAVIOR OF ANGRY COMMUNITY MEMBERS ON SOCIAL MEDIA X ON THE “MEDAL GIVEAWAY” CASE ON METRO TV NEWS

AMANDA RESTU AULIADHIVA

ABSTRACT

This research is motivated by the mention of the diction “Medal Giveaway” given by Metro TV to Gregoria Mariska Tunjung's victory at the Paris 2024 Olympics in badminton, because she won a bronze medal because her opponent withdrew. The diction caused controversy that made many people comment on social media and became a trending topic. The researcher focused on the behavior of members of the Marah-Marah Community on social media X in responding to the news broadcast by Metro TV on the use of the diction “Medal Giveaway” for Gregoria Mariska Tunjung, who won third place at the 2024 Paris Olympics. X is the social media highlighted in this issue. This research uses a qualitative approach with the netnography method developed by Robert V. Kozinets to find out how the behavior of community members occurs when there is an issue or phenomenon in the digital world, especially social media. This research uses excel in the data collection process.

Keywords: Metro TV, Giveaway Medals, Angry Community, X, Netnography