

Analisis Sentimen Penonton Pada Video Habib Ja'Far Melalui Aplikasi MAXQDA

Mohammad Saiq Kamal Faza^{a,1}, Amrullah Ali Moebin^{b,2}

^{ab} UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungaung, Tulungagung, Indonesia
¹ saiqkamalfaza77@gmail.com, ² amrullahtuban@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima: Juni 2023
Direvisi : Juli 2023
Disetujui: Agustus 2023

Kata Kunci:
Youtube
Toleransi
Agama
Habib Ja'far
Konten Kreator

Keywords:
Youtube
Tolerance
Religious,
Habib Ja'far
Content Creator

ABSTRAKSI

Abstrak: Jeda Nulis adalah sebuah channel Youtube milik ulama muslim muda ternama di Indonesia yaitu Habib Husein Ja'far Al Hadar. Adapun isi konten – konten dakwah Habib Ja'far Al Hadar antara lain memiliki sasaran para kaum muda millennial di Indonesia. Salah satu contohnya adalah konten video yang berjudul “Avenger Endgame” yang berisi obrolan para beberapa pemuka agama di Indonesia yang membahas tentang Toleransi Beragama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon Netizen Indonesia dalam menyikapi dan berkomentar dalam konten tersebut yang dimana tema dari konten tersebut cukup sensitif bagi beberapa masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis sentimen dengan dibantu menggunakan aplikasi MAXQDA. Konten yang berjudul “Avenger Endgame” tersebut tentunya dapat membuat prespektif baru dalam konteks Toleransi Beragama di Indonesia, bagaimana respon Netizen Youtube Indonesia apakah setuju atau tidak setuju tentang pesan – pesan yang di sampaikan tentang Toleransi Beragama dalam konten tersebut.

Abstract: Jeda Nulis is a Youtube channel owned by a well-known young Muslim cleric in Indonesia, namely Habib Husein Ja'far Al Hadar. The content of Habib Ja'far Al Hadar's proselytizing content, among others, has the target of young millennial young people in Indonesia. One example is the video content entitled "Avenger Endgame" which contains chats between several religious leaders in Indonesia discussing Religious Tolerance. The purpose of this study is to find out how Indonesian netizens respond to and comment on the content where the theme of the content is quite sensitive for some people. The research method used is the sentiment analysis method assisted by the MAXQDA application. The content entitled "Avenger Endgame" can certainly create a new perspective in the context of Religious Tolerance in Indonesia, such as the response of Indonesian Youtube Netizens whether they agree or disagree about the messages conveyed about Religious Tolerance in the content.

I. Pendahuluan

Media di era sekarang ini sangat berkembang pesat dan mulai bergeser ke arah media digital. Meskipun sudah mulai banyak media yang hadir dalam bentuk digital (online/dalam jaringan), secara kaidah jurnalistik hal tersebut tidak menghilangkan fungsi media sebagai penyalur fakta. Dengan berkembangnya teknologi sekarang ini secara pesat ada media sosial online yang berbentuk video untuk menyampaikan pesan – pesannya, media sosial online tersebut bernama Youtube. Youtube merupakan sebuah situs *streaming* video yang dimana sekarang ini lebih familiar dengan aplikasi media sosial yang menayangkan atau menampilkan video dalam berbagai macam durasi yang dibuat oleh para pelaku atau pembuat konten video di Youtube (*content creator* Youtube) dengan berbagai macam genre yang berbeda-beda. Masyarakat sekarang ini sangat tinggi antusiasnya dalam menggunakan platform Youtube sehingga banyak kalangan yang memanfaatkan media sosial ini.

Berdasarkan data Youtube menempati peringkat pertama media sosial yang paling terpopuler di Indonesia (R. Kurniawan, F. Lestari, Abdul Somad Batubar, Mohd Zakree Ahmad Nazri, K. Rajab, 2021). Dengan Memiliki sekitar 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna di internet dengan rentang usia 16-64 tahun berdasarkan laman berita solopos.com. Di dalam media sosial Youtube juga terdapat fitur untuk memberikan umpan balik (*feedback*) seperti menyukai (*like*), tidak menyukai (*dislike*), dan memberika komentar terhadap video yang ditayangkan di platform media sosial Youtube (C. Dabas, P. Kaur, 2020). Oleh karena itu penonton atau *viewer* bisa berinteraksi dan memberikan pendapat atau komentar mengenai video yang ditonton. Pastinya berdasarkan tanggapan penonton, komentar yang ada kemungkinan bisa berisi komentar yang dapat memotivasi dan membangun kepada kreator atau bahkan mungkin bisa berbentuk komentar yang negatif seperti komentar yang menyinggung suku agama, ras, dan antar golongan atau (SARA), terhadap kreator itu sendiri.

Youtube merupakan salah satu platform media sosial di bidang *streaming* vidio yang sangat populer di dunia, di dalamnya menampilkan berbagai macam video *entertainment* atau hiburan dan juga menampilkan video edukasi dan informasi. Selain itu media Youtube juga dimanfaatkan oleh sebagian para pemuka agama di Indonesia sebagai media penyebaran dakwah serta informasi, salah satu contohnya adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Melalui akun Youtube nya yang bernama "Jeda Nulis" beliau banyak mengupload konten – konten dakwah dengan kemasan millenial di akun Youtube nya. Dengan pengikut sebanyak 1,27 juta *subscriber* per tanggal 7 Juni 2023 menjadikan salah satu *channel* dakwah yang terbesar di Indonesia. Hal ini akan sangat berguna bagi Habib Ja'far untuk memperoleh informasi yang ada terkait akun Youtube berupa komentar guna memperoleh umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atau netizen secara langsung mengenai konten atau materi yang telah disampaikan. Oleh karena itu hal ini tentunya akan menyulitkan jika hanya menganalisis komentar dengan cara manual, dikarenakan komentar yang ada bisa berisikan ribuan tanggapan di konten yang berjudul "*Avengers: Endgame*" tersebut. Konten tersebut berisi tentang diskusi lintas agama yang ada di Indonesia antara lain agama Islam, Kristen Katolik, Kristen Protestan, Hindu, Budha, Konghucu, dan Penghayat kepercayaan. Di dalam konten yang berjudul "*Avenger Endgame*" tersebut ada 6 Tokoh lintas agama yang berdiskusi terkait Toleransi Beragama, antara lain Habib Jafar Al Hadar, Pendeta Tommy, Urip Saputra, Bikkhu Dhirapunna, Pastor Postinus Gulo, Yan Mitha Djaksana, dan Jesika Putri.

Berbicara mengenai toleransi, Dapat juga dikatakan bahwa toleransi merupakan istilah dalam konteks agama dan sosial budaya yang mengacu pada sikap dan tindakan yang melarang diskriminasi terhadap kelompok yang berbeda atau tidak diterima oleh mayoritas masyarakat. Misalnya, toleransi beragama ketika ada pemeluk agama mayoritas dalam suatu masyarakat membiarkan adanya agama minoritas lainnya. Jadi, toleransi antar umat beragama artinya sikap antar umat sebagai pemeluk agama dan kepercayaan, untuk saling menghormati dan menghargai umat beragama lain (O. N. Rahim, 2014).

Berdasarkan data.kemenag.go.id per 3 Maret 2023, ada 266.422.044 jiwa yang memeluk 6 agama besar yang diakui di negara Indonesia antara lain agama Islam, Kristen, Katolik, Buddha, Hindu dan Konghucu) dimana agama Islam menjadi agama yang secara mayoritas dipeluk oleh masyarakat Indonesia. Jumlah tersebut merupakan sekitar 86,93 persen dari sekitar 273 juta penduduk di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah umat beragama yang ada di Indonesia kemungkinan bisa terjadi gesekan – gesekan antar umat beragama yang dapat merugikan kestabilan negara, oleh karena itu guna mencegah terjadinya hal tersebut perlu adanya kesadaran diri atas rasa Toleransi beragama bagi masyarakat Indonesia (E. Chandra, 2017).

Kembali ke topik utama penelitian ini adalah tentang menganalisis komentar di Youtube, Adapun salah satu cara guna mengetahui *respond* komentar netizen adalah dengan analisis sentimen. Analisis sentimen adalah teknik analisis dari salah satu cabang *text mining*, di mana dalam prosesnya dapat menganalisa suatu dokumen atau sumber teks untuk mengelompokkan suatu opini atau tulisan tersebut kedalam opini, positif, netral maupun negatif secara otomatis. Di sini penulis melakukan analisis sentiment yang dibantu dengan aplikasi pengolah data yaitu MAXQDA guna mempermudah penulis membaca datanya.

II. Kajian Teori

Pada kajian riset ini akan membahas tentang sintemen para penonton video yang turut berkomentar dalam video tersebut. Analisis sentimen (*sentiment analysis*) biasa dikenal dengan *opinion mining*, merupakan sebuah studi komputasi tentang persepsi dan ekspresi pendapat, perasaan, penilaian, sikap, perasaan, subjektivitas, penilaian atau pendapat yang terkandung dalam sebuah teks. Selain itu, pada riset ini juga dipengaruhi oleh Teori *Uses and Gratification* berasal dari perspektif fungsionalis pada komunikasi media massa dan pertama kali dikembangkan dalam penelitian tentang efektivitas media radio pada tahun 1940-an (Luo, 2002). Berbagai penelitian yang menggunakan teori ini telah menemukan manfaat dalam memahami motivasi dan perhatian konsumen untuk menggunakan berbagai media seperti Radio, Televisi, dan bulletin elektronik (Eighmey, J., & McCord, 1998). Secara khusus, teori ini berusaha untuk mengenali peran penting individu dalam penggunaan media massa dengan berfokus pada apa yang dilakukan orang dengan media massa (Katz, 1959). Katz et al. (Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, 1974) telah mengemukakan asumsi dasar pendekatan teori *Uses and Gratification*. Pertama, audiens aktif dan dengan demikian pengguna media massa diarahkan pada tujuan. Kedua, khalayak membuat pilihan yang termotivasi, berdasarkan pengalaman sebelumnya dengan media. Ketiga, pemilihan dan penggunaan media bertujuan dan termotivasi dan orang mengambil inisiatif dalam memilih dan menggunakan sarana komunikasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan yang dirasakan (Ni'matul Rohmah, 2020). Keempat, media bersaing dengan sumber pemuasan kebutuhan lainnya. Terakhir, pertimbangan nilai tentang signifikansi budaya komunikasi massa harus ditangguhkan sementara orientasi *audiens* dieksplorasi dengan cara mereka sendiri. Oleh karena itu, berdasarkan asumsi tersebut, Rubin (Rubin, 1994) mengemukakan bahwa tujuan utama dari teori *Uses and Gratification* adalah menjelaskan dan memahami kebutuhan psikologis yang membentuk alasan orang menggunakan media dan alasan yang memotivasi mereka untuk terlibat dalam perilaku penggunaan media tertentu untuk kepuasan yang memenuhi kebutuhan *inheran* mereka, termasuk identifikasi konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan media individual.

Peneliti sebelumnya telah mencoba mengidentifikasi aspek psikologis dan perilaku pengguna internet untuk mengenali motivasi yang mendasari penggunaan internet. Menurut Kaye dan Johnson (Kaye, B. K., & Johnson, 2001), pengguna Web lebih aktif dan terlibat dalam penggunaan internet karena interaktivitasnya. Karena salah satu kekuatan utama yang dikaitkan dengan internet adalah interaktivitasnya dan karena khalayak aktif adalah konsep inti dari teori *Uses and Gratification*. Teori *Uses and Gratification* dianggap sebagai dasar teoretis yang paling efektif untuk mempelajari media (Luo, 2002). Hal ini didukung oleh (Ruggiero, 2000) sebagai pesatnya pertumbuhan internet telah memperkuat potensi teori *Uses and Gratification* karena media ini membutuhkan tingkat interaktivitas yang lebih tinggi dari penggunaannya dibandingkan dengan media tradisional lainnya. Memang, penelitian sebelumnya juga menyarankan bahwa Internet “sengaja dikonsumsi” karena *audiens* harus membuat pilihan yang bertujuan tentang situs mana yang akan dikunjungi (Rayburn, 1996).

Rianto (Rahadi, 2017) dalam penelitiannya terkait khalayak aktif menyatakan bahwa kehadiran media baru telah membawa teori *Uses and Gratification* menuju pandangan yang paling mendasar mengenai konsep khalayak aktif. Karakter interaktif pada media baru menunjukkan bahwa pengguna memiliki kontrol penuh untuk memilih media sehingga dikatakan aktif (West, 2014). Di sini didalam konteks membaca komentar sebagai hiburan, pengguna dapat dikatakan aktif atas dasar memiliki tujuan, berinisiasi memilih dan menilai konten media secara sadar. Penjelasan tersebut mewakili dari kelima asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* (West, 2014). Melalui penelitian ini, peneliti akan membuka motif-motif penggunaan komentar sebagai hiburan untuk melihat lebih jelas dampak yang dihadirkan oleh media baru itu sendiri. Whiting dan William di dalam penelitiannya mengenai *Uses and Gratification* media sosial menemukan terdapat sepuluh kegunaan dan kepuasan. Keseluruhannya meliputi interaksi sosial, pencarian informasi, waktu luang, hiburan, relaksasi, utilitas komunikasi, kenyamanan, ekspresi pendapat, berbagi informasi, dan pengetahuan mengenai orang lain (William L. Rivers, 2003). Gan dan Wang (Mehta & Wang, 2020) menjelaskan penelitiannya mengenai perbandingan gratifikasi pada microblog dan juga WeChat. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gratifikasi konten sangat penting bagi

microblog seperti Facebook dan Twitter. Penelitian bahwa masyarakat juga sudah ketergantungan dengan financial technology karena berdasarkan keefektifan dalam kegunaan (*uses*) sehari-hari (Nurliya Ni'matul Rohmah, 2023).

Adapun penelitian *Uses and Gratification* yang terkait dengan media sosial ini sangat berlimpah, akan tetapi sampai saat ini pembeberan mengenai fungsi hiburan pada ciri interaktif media baru yaitu komentar masih sangat terbatas. Dikarenakan beberapa penelitian yang melihat fungsi media sosial berdasarkan konsep *Uses and Gratification* konvensional yang pada dasarnya diikuti dari media massa (West, 2014). Whiting dan Williams (William L. Rivers, 2003) menjelaskan mengenai kegunaan dan gratifikasi di media sosial secara umum. Pada tahun 2005 adalah awal mula terbentuknya platform situs streaming video yang bernama Youtube.com. Perusahaan tersebut bermula dari ide perkumpulan 3 orang karyawan ini pada awalnya mereka terinspirasi oleh nama – nama dari kedai pizza dan restoran yang ada di Jepang di San Maceo, California, Amerika Serikat. Kesuksesan situs *streaming* video tersebut mulai menanjak sejak setahun dari terbentuknya situs ini. Lebih tepatnya ketika pada tahun 2006, platform ini sudah mendapatkan unggahan video baru sekitar kurang lebih 65.00 dan mencapai 100.000 unggahan video sampai bulan Juli tahun 2006. Sebenarnya Youtube sudah melakukan bidang Kerjasama dengan pemasaran dan periklanan yaitu perusahaan media NBC pada bulan bulan Juni sebelumnya. Hal tersebut semakin membaik pada saat perusahaan Google juga membeli saham untuk Youtube dengan nilai sekitar 1.65 Juta USD pada saat bulan Oktobernya. Faktor inilah yang mengakibatkan perkembangan dan penggunaan platform Youtube semakin berkembang di seluruh penjuru dunia. Pada tahun 2006 Youtube mendapatkan penghargaan sebagai salah satu produk terbaik di dunia pada tahun tersebut menurut majalah PC World, hal tersebut membuktikan bahwa platform Youtube adalah platform yang sangat potensial untuk menjadi situs hiburan paling banyak peminatnya di dunia pada saat itu. Terbukti pada saat ini situs tersebut sangat banyak penggemarnya dan banyak memberikan manfaat kepada masyarakat. Habib Husein Ja'far Al-Hadar adalah seorang pendakwah berkelahiran Bondowoso, Jawa Timur, 21 Juni 1988. Beliau memiliki darah keturunan Madura dan juga memiliki garis keturunan Nabi Muhammad SAW. Habib Ja'far tampil di depan publik sebagai sosok Habib yang anti Mainstream. Beliau menampilkan sosok seorang Habib yang tidak seperti biasanya kita dijumpai saat ini. Beliau menggunakan *style* atau berpakaian layaknya anak - anak muda millennial dan berbeda dengan seorang habib pada umumnya yang biasanya berpakaian menggunakan jubah dan bersorban. Sedangkan Habib Ja'far menggunakan pakaian santai bahkan hanya memakai kaos dan berpeci. Sehingga beliau mendapatkan julukan 'Habib Milenial' karena gaya berpakaianya yang menyerupai kaum milenial.

III. Metode

Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian analisis sentiment serta dibantu dengan software analisis data yang bernama MAXQDA. Melalui aplikasi MAXQDA, penulis melakukan *coding* terhadap konten yang berjudul "*Avenger Endgame*" di *channel* Jeda Nulis dengan berfokus terhadap komentar netizen di konten tersebut. Adapun data kualitatif didapatkan dengan menggunakan aplikasi MAXQDA. Kemudian pengelolaan analisis melalui aplikasi bisa membantu guna memberikan bukti data untuk memperkuat penulis dalam menganalisis konten yang berjudul "*Avenger Endgame*" di channel Youtube Jeda Nulis. Aplikasi MAXQDA merupakan software yang didesain untuk mempermudah penelitian data kualitatif dan campuran. Di dalam MAXQDA sangat memungkinkan para peneliti untuk dapat menganalisis hampir semua jenis data entah itu docx, pdf, data dari sosial media seperti Youtube, twitter dan berbagai macam lainnya. Adapun pengumpulan data yang dilakukan didalam penelitian ini adalah menggunakan aplikasi MAXQDA. Penulis mengimpor data komentar dari Youtube dan dibaca menggunakan aplikasi MAXQDA dan mendapatkan sebanyak 1.695 komentar di konten tersebut per data ini diambil pada tanggal 28 Desember 2022. Setelah mendapatkan komentar yang diinginkan kemudian penulis melakukan *coding* untuk membaca data tersebut melalui aplikasi MAXQDA.

IV. Hasil dan Pembahasan

Garis besarnya konten yang di unggah pada tanggal 25 Maret 2022 dan memiliki 369,949 Tayangan per data ini diambil pada tanggal 28 Desember 2022. Di dalam konten tersebut berisi tentang perbincangan hangat para tokoh 6 agama resmi yang ada di Indoneisa. Mereka banyak sekali membahas dan sharing pengetahuan serta pengalaman tentang agama mereka masing – masing.

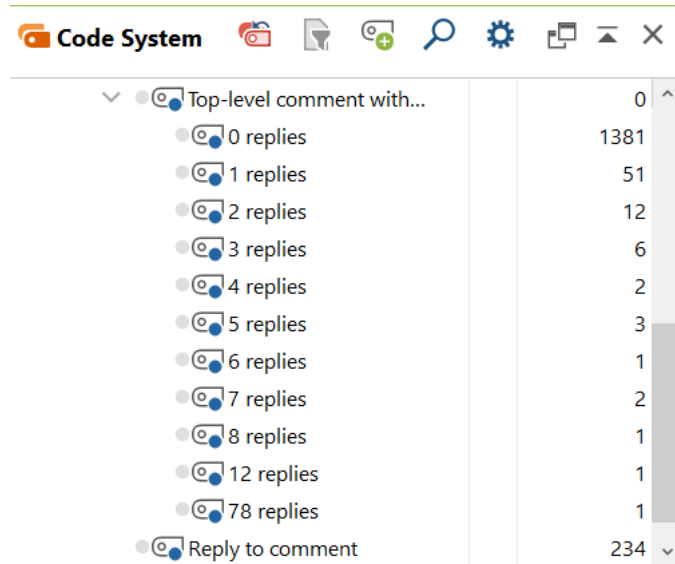


Fig. 1. Jumlah Komentar

Konten tersebut memiliki sekitar seribuan komentar ketika data ini diambil, Akan tetapi untuk mempermudah penulis mengidentifikasi comment di konten tersebut maka penulis menggunakan aplikasi pengolah data MAXQDA melalui fitur Import Data Form Youtube, dengan fitur ini penulis mendapatkan total 1,695 *comment* dengan rincian 1,381 *comment* yang tidak di balas, 51 *comment* dengan 1 balasan, 12 *comment* dengan 2 balasan, 6 *comment* dengan 3 balasan, 2 *comment* dengan 4 balasan, 3 *comment* dengan 5 balasan, 1 *comment* dengan 6 balasan, 2 *comment* dengan 7 balasan, 1 *comment* dengan 8 balasan, dan 1 *comment* dengan 12 balasan, 1 *comment* dengan 78 balasan.

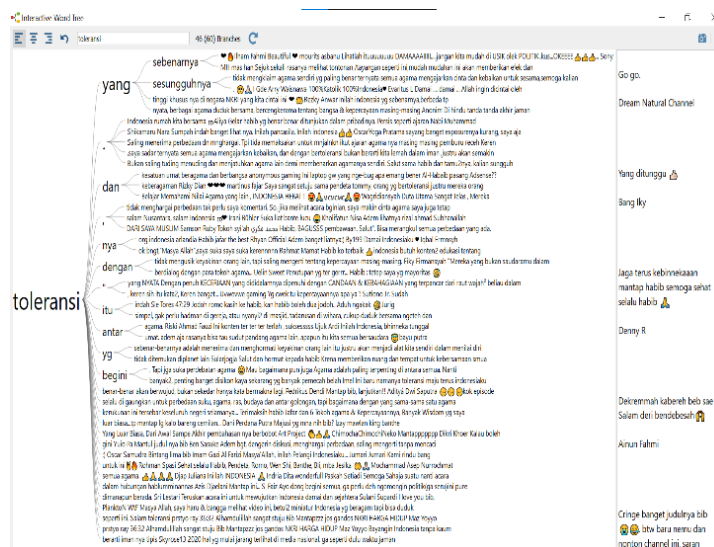


Fig. 2. Topik yang paling banyak dibahas

Gambar diatas menjelaskan apa topik yang paling banyak dibahas di dalam komentar konten tersebut, disini penulis menggunakan fitur *Interactive Word tree* dalam aplikasi MAXQDA. Di situ sudah jelas gambaran tentang kalimat toleransi sangat banyak dibahas oleh para netizen yang menonton konten tersebut. Ini menandakan bahwa netizen yang menonton konten tersebut sangat mendukung dan menjunjung tinggi toleransi yang ada di Indonesia.

Berdasarkan data yang diambil oleh penulis melalui aplikasi MAXQDA, berikut adalah data presentasi agama yang paling banyak di bicarakan oleh para netizen antara lain agama Islam persentase 50.5%, lalu urutan ke dua ada agama Kristen Katolik dengan 13.0%, ketiga ada agama Hindu dengan 12.0%, keempat ada agama Kristen Protestan dengan 9.4%, kelima ada agama Budha dengan 6.8%, keenam ada agama Konghucu dengan 4.7%, dan yang terakhir ada Penghayat Kepercayaan dengan 3.6%.

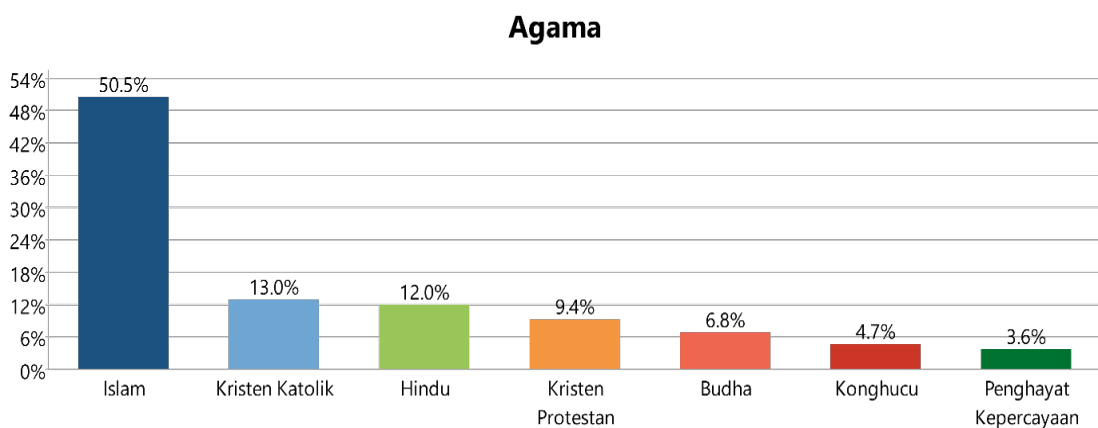


Fig. 3. Statistik Komentar yang Membicarakan Agama

Hal ini membuktikan bahwasanya agama Islam adalah agama yang paling banyak dibicarakan oleh para netizen di dalam konten tersebut. Disini Penulis juga melakukan analisis apa saja yang topik yang sedang di bicarakan oleh para netizen di dalam konten tersebut. Penulis juga menganalisis siapa saja tokoh di dalam konten tersebut yang sedang banyak di bahas atau dibicarakan oleh para netizen.

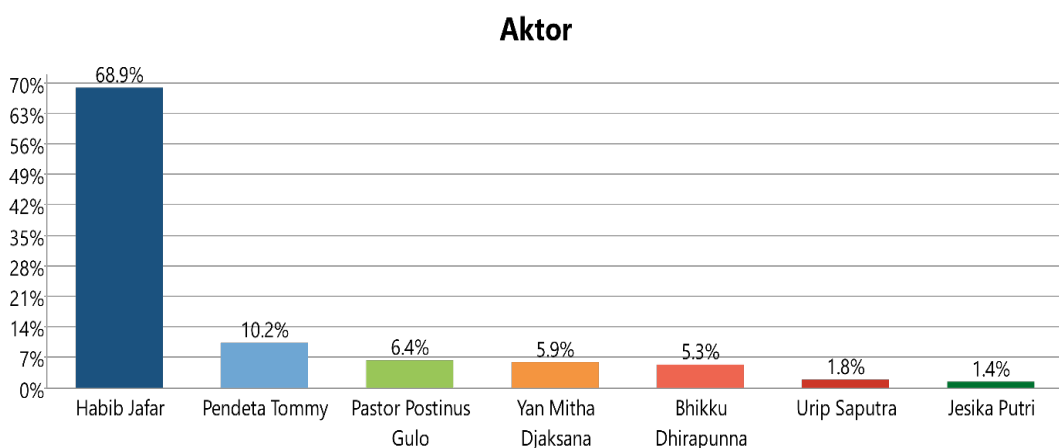


Fig. 4. Statistik Komentar yang Membicarakan Aktor

Data statistik diatas menunjukkan bahwasanya Habib Ja'far adalah aktor yang paling banyak di mention atau di bahas oleh para netizen dengan persentase 68.9%. Tidak sampai sini saja, Adapun hal yang terpenting dari penelitian ini adalah penulis menganalisis bagaimana respon atau tanggapan para netizen mengenai toleransi beragama di Indonesia.

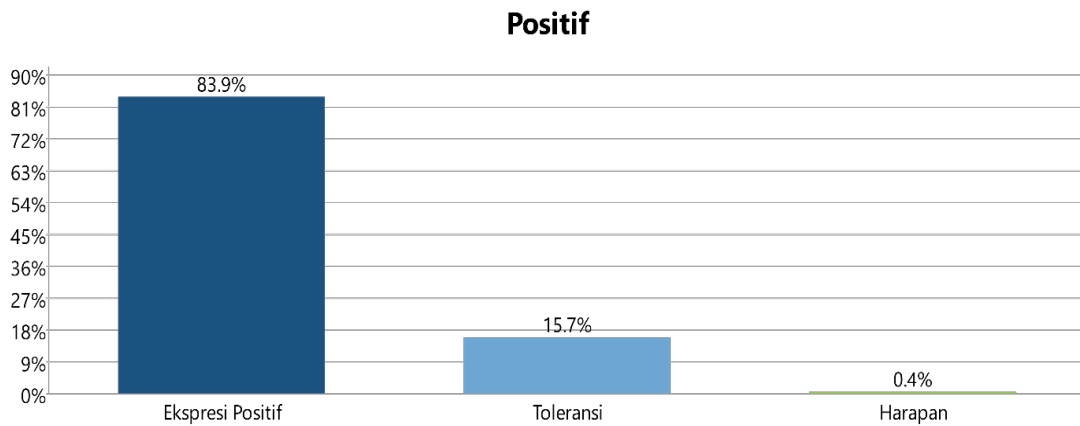


Fig. 5. Statistik Komentar

Para netizen yang berkomentar di konten tersebut rata – rata semuanya positif bahkan tidak ada yang berkomentar negatif. Hal ini bisa dilihat dari diagram diatas, Adapun maksud dari diagram Ekspresi Positif adalah data komentar netizen yang berkomentar dengan Ekspresi atau kata yang positif seperti kata, Suka, Senang, Bahagia, Tenram, Perdamaian, Menghargai, Menghormati, Bungah, Adem, Luar Biasa, Bagus, Keren, Terharu, Bangga. Sedangkan diagram Toleransi adalah data komentar netizen yang menyinggung tentang toleransi. Adapun diagram Harapan merupakan komentar netizen yang menyinggung tentang harapan kedepannya bagi keberlangsungan toleransi beragama di Indonesia.

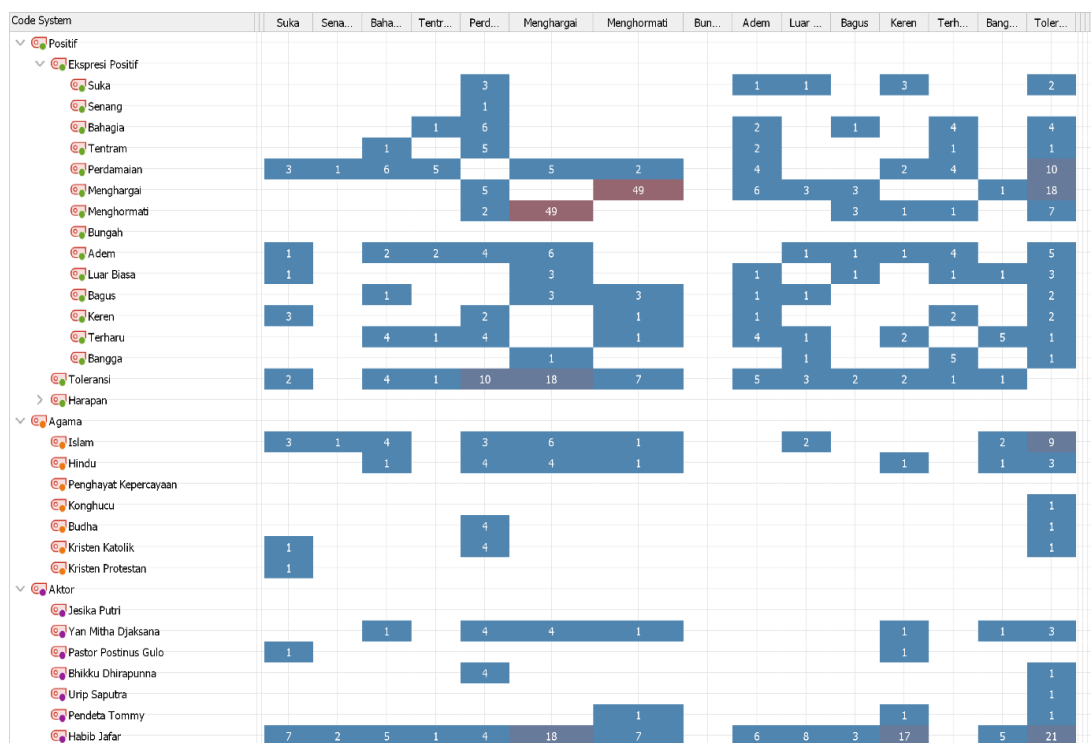


Fig. 6. Data Keterkaitan Antar Topik

Setelah itu, penulis melanjutkan analisis untuk memperoleh relasi data antara satu dengan yang lainnya. Dari gambar diatas dapat dilihat relasi data antara satu dengan lainnya. Data tersebut menjelaskan semakin tinggi angka yang didapatkan, maka semakin tinggi data tersebut menjadi aspek utama dari pembahasan komentar netizen mengenai Toleransi beragama di dalam konten tersebut. Misalnya, angka 49 pada kolom (menghormati) memiliki relasi dengan (menghargai).

Berdasarkan data dan analisis penulis para netizen yang berkomentar di konten tersebut Sebagian besar sangat mendukung dan menjunjung tinggi nilai toleransi beragama di Indonesia. Sebagian besar dari mereka saling menghargai dan menghormati antar umat beragama. berikut penulis akan memberi contoh beberapa komentar yang sangat menjunjung tinggi toleransi beragama:

001 2	Senangnya mendengar keberagaman seperti ini...	Serikat Rejeki	http://www.youtube.com/channel/UCwrDrQjjAZF10i1-1CB1W-Q	Yes
----------	--	----------------	---	-----

Fig. 7. Komentar Youtube

001 6	Terima kasih Habib atas video yg bermanfaat ini, juga para pemuka agama lainnya. Sehat selalu dan kiranya selalu dalam perlindungan Tuhan Yang Maha Esa 🙏	Chaeyoungs Hairpin	http://www.youtube.com/channel/UCqTHl8HvoTcrpvGjT	
----------	---	--------------------	---	--

Fig. 8. Komentar Youtube

002 1	Dialog-dialog seperti inilah yg dibutuhkan umat, bukan perdebatan kusir kuda yg berujung permusuhan, karena agama atau keyakinan tidaklah bisa diperdebatkan	Rudi Wartono	http://www.youtube.com/channel/UCx0-Jddd4Rcx8dYA1mnZl7Q	
----------	--	--------------	---	--

Fig. 9. Komentar Youtube

004 1	Full bikin senyum dari awal sampai akhir. Inget jaman dulu dimana kita bisa bercanda tanpa harus tersinggung. Membuat semakin dekat, semakin merasa sama walau dengan perbedaan masing-masing. Rindu sekali masa-masa itu, dan semoga video video seperti ini bisa membuka kembali kesempatan untuk kembali ke ketentraman seperti masa lalu..	aikyjail	http://www.youtube.com/channel/UCPCgm_gAwR3Ga-QAWRZ6_IA	
----------	--	----------	---	--

Fig. 10. Komentar Youtube

008 0	Orang luar negeri takjub dengan kita yg berbeda beda tapi masih bisa bersatu Masak kita hancurkan itu semua dengan meninggalkan stigma buruk ke orang luar negeri? Kita tetap pertahankan ini semua, tentunya iman kita semakin diperkuat, rajin berbagi atau bersedekah, supaya orang luar negeri iri dengan keberagaman kita yg tidak mereka temui disana	IMadeSatriaPrawira	http://www.youtube.com/channel/UCj6mtBnrM0eVZt-qc7JiSyA	
----------	--	--------------------	---	--

Fig. 11. Komentar Youtube

025 2	Luar biasa. Sudah seharusnya di perbanyak yg seperti ini. Di perbanyak pertemuan seperti ini. Bukan menunjukkan siapa yg paling benar. Tapi menunjukan bahwa sekali pun berbeda beda ttpi bisa satu jua. Salam damaii buat Indonesia	Andry Pandiangan	http://www.youtube.com/channel/UCnTVCTbbswIMv87mET4v48Rg
----------	---	------------------	---

Fig. 12. Komentar Youtube

048 5	Bagus sekali konten ini ...Kita jadi belajar Sebagai manusia dgn perbedaan kita harus saling menghargai dan berdamai satu dgn yg lain ...bukan saling menyakitin Menjatuhkan	Haifa	http://www.youtube.com/channel/UCD7FY-RqRONf1YxnbQf2g2w
----------	---	-------	---

Fig. 13. Komentar Youtube

049 8	Saya terharu dan berterima kasih sekali untuk ruang dialog seperti ini. Semoga semua makhluk berbahagia dan damai sejahtera selalu bersama kita semua. 🙏🙏❤️❤️	Miracle Spark Joy	http://www.youtube.com/channel/UChekk17uA3JFG_soC
051 4	Indah banget Para tokoh agama yang berbeda Saling bercanda dan tertawa Sangat indah	rainandsand	http://www.youtube.com/channel/UCZLno2IImYOL0X3ZhOopa6A

Fig. 14. Komentar Youtube

051 9	Tontonan yang sangat luar biasa. Senyum senyum sendiri lihat mereka berdiskusi. Saya merasa tontonan seperti ini harus diperbanyak dan disebar untuk mewujudkan Indonesia yang lebih baik.	GamerYing	http://www.youtube.com/channel/UCewkcuBE-AGy_L-dJP_-uWw
----------	--	-----------	---

Fig. 15. Komentar Youtube

055 0	Indonesia akan jadi negara maju bila semua rakyatnya bisa harmoni seperti ini. Jangan gunakan isu agama untuk politik dan pemerintahan. Untuk pejabat publik harus mengedepankan kemampuan, profesionalisme dan integritas bukan lihat etnis dan agamanya. Salam damai untuk semua. Rahayu 🙏	Mas Budi	http://www.youtube.com/channel/UC405K8DoiZuauqHZ0WaAp9A
----------	--	----------	---

Fig. 16. Komentar Youtube

0600	Masya Allah, saya haru & bangga melihat video ini, betul2 miniatur Indonesia yg beragam tapi bisa duduk bersama & ketawa lepas seolah gak ada lagi sekat. Inilah wajah bangsa kita yg sesungguhnya... Terimakasih Habib & para tokoh agama lainnya, kalian telah menjaga negeri kita ini...	Hendra Jaya	http://www.youtube.com/channel/UCV78h5n2PnC82LjB_jNwRpw
------	---	-------------	---

Fig. 17. Komentar Youtube

0763	Sebagai muslim jujur saya sangat bahagia masyaallah sampai menetes air mata saya, saya yakin tuhan tersenyum melihat kebersamaan ini, karena meskipun berbeda keyakinan tidak menjadi penghalang kita untuk berbuat baik dan kerukunan sendiri termasuk kedalam kebaikan yang luar biasa menurut saya,, saya setuju kalau acara seperti ini di tayangkan di TV, Indonesia rumah kita Indonesia indah karena keberagamannya, semua ada disini semua hidup rukun disini, Kita hebat Indonesia hebat saya bangga menjadi manusia Indonesia 🙏	Difa Gunawan	http://www.youtube.com/channel/UC2cWQh53fchA2OQ3VUCBiSw
------	---	--------------	---

Fig. 18. Komentar Youtube

0755	Saya sebagai umat buddha terharu melihat ini, saya hidup berdampingan dengan berbagai agama, bapak ibu muslim, dan saya sekarang tinggal dengan tante yang kristen protestan, dan usaha bareng dengan teman saya katolik dan bisa ketawa bareng... Mudah2an dengan ini tidak ada lagi yang namanya intoleran yang merasa paling benar sendiri.... Semoga semua makhluk berbahagia 🙏🙏 🙏	NGOMONGIN DAGANG	http://www.youtube.com/channel/UCZSKzDErALiEzd8QUeZZ8wQ
------	--	---------------------	---

Fig. 19. Komentar Youtube

0768	MashaAllah, indah sekali bisa melihat mereka yang berbeda dengan senang hati duduk dan tertawa bersama, indahnya toleransi ..saya sadar ternyata semua agama mengajarkan kebaikan, dan dengan bertoleransi bukan berarti kita lemah dalam iman ,justru akan semakin kuat iman kita,, terima kasih Habib telah memberikan wadah dan contoh	Laras Ati	http://www.youtube.com/channel/UCMsr834CvOOQwU73YTiRdYQ
------	---	-----------	---

Fig. 20. Komentar Youtube

077 8	aku tidak melihat katolik budha hindu kong hucu kristen kepercayaan islam, aku tidak melihat habib romo pastoer atau yang lain.. aku tidak melihat india cina vatikan arab mekah DISINI AKU MELIHAT INDONESIA DISINI AKU MELIHAT BHINEKA TUNGGAL IKA,DISINI AKU MELIHAT TOLERANSI DISINI AKU MELIHAT APA ITU NUSANTARA.. BERBEDA ITU PILIHAN BERSAMA ITU KEHARUSAN 😊	jawa jiwa	http://www.youtube.com/channel/UCLUly6Ja4-STSriLXmd8_JA
----------	--	-----------	---

Fig. 21. Komentar Youtube

Bisa dilihat dari beberapa cuplikan komentar diatas, terlihat netizen yang menonton konten tersebut sangat menjunjung tinggi nilai toleransi beragama, mereka mengungkapkan dalam berbagai macam ekspresi, ada yang mengungkapkan kebahagiaan, terharu, dan bangga.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitatif penulis terhadap respon dan komentar netizen dalam konteks Toleransi Beragama konten yang berjudul “*Avenger Endgame*” di channel Youtube Jeda Nulis dapat disimpulkan bahwa sebagian besar atau bahkan hampir 99% netizen yang berkomentar pada konten tersebut sangat peduli, dan bangga tentang aspek Toleransi beragama di Indonesia. Bisa dilihat dari beberapa komentar mereka yang sangat luar biasa. Hal ini tentunya dapat membuat bangsa ini optimis kedepannya bahwa Indonesia akan menjadi negara yang maju kedepannya. Dengan menjunjung tinggi nilai Toleransi beragama maka isu – isu konflik beragama di Indonesia akan bisa diatasi dengan kesadaran masyarakatnya tentang pentingnya Toleransi beragama. Bukan hanya negara saja yang diuntungkan, masyarakat juga akan memetik hasilnya. Masyarakat bisa hidup damai kedepannya tanpa mengkhawatirkan isu – isu konflik beragama yang dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sempat panas. Oleh karena itu penulis berharap ada banyak lagi konten yang serupa guna menanamkan pentingnya nilai Toleransi beragama khususnya pada generasi penerus bangsa.

Berdasarkan penelitian ini penulis berharap ada penelitian lainnya mengenai komentar dalam konten - konten Youtube Habib Ja’far menggunakan teknik dan metode yang lain, sehingga diharapkan bisa memberikan tingkat akurasi yang lebih baik. Oleh karena itu dengan adanya analisis sentimen ini dapat memberikan informasi terkait hasil sentiment komentar yang ada dalam konten “*Avengers Endgame*” di channel Youtube Jeda Nulis terkait Toleransi Beragama di Indonesia yang dapat digunakan sebagai masukan agar senantiasa memberikan konten video yang terbaik untuk masyarakat.

VI. Daftar Pustaka

- C. Dabas, P. Kaur, and N. G. (2020). Analisis Komentar di Video Youtube menggunakan Hadoop. Conference: 2019 Fifth International Conference on Image Information Processing (ICIIP). <https://doi.org/10.1109/ICIIP47207.2019.8985907>
- E. Chandra. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni, 1(2), 406–417. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Eighmey, J., & McCord, M. (1998). Adding Value In The Information Age: Uses & Gratifications Of Sites On The World Wide Web. Journal of Business Research. Journal of Business Research, 41(3), 187–194.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization Of Mass Communication By The Individual. The Uses of Mass Communications. In Current Perspectives on Gratifications Research.
- Katz, E. (1959). Mass Communication Research & The Study Of Culture. *Studies in Public Communication*, 2(1), 1–6.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2001). A Web For All Reasons: Uses & Gratifications Of Internet Resources For Political Information. Association for Education in Journalism & Mass Communication Conference Washington, USA.
- Luo, X. (2002). Uses & Gratification Theory & E-Consumer Behaviours: A Structural Equation Modelling Study. *Journal of Interactive Advertising*, 2(2), 34–41.
- Mehta, D., & Wang, X. (2020). COVID-19 and digital library services – a case study of a university library. *Digital Library Perspectives*, 36(4). <https://doi.org/10.1108/DLP-05-2020-0030>
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31764>
- Nurliya Ni'matul Rohmah. (2023). Interpretation of Media System Dependency Theory on Financial Technology. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1), 153–168. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1186>
- O. N. Rahim. (2014). Analisis Sentimen Untuk Mengukur Popularitas Tokoh Publik Berdasar Data Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Datamining Dengan Teknik Klasifikasi. *Jurnal Informasi*, VI(2), 56–87.
- R. Kurniawan, F. Lestari, Abdul Somad Batubar, Mohd Zakree Ahmad Nazri, K. Rajab, and R. M. (2021). Indonesian Lexicon-Based Sentiment Analysis of Online Religious Lectures Review. *International Congress of Advanced Technology and Engineering (ICOTEN)*, 1–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ICOTEN52080.2021.9493530>
- Rahadi, D. R. (2017). PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rayburn, J. D. (1996). Uses & gratifications. An Integrated Approach to Communication Theory & Research. In Lawrence Erlbaum Associates.
- Rubin, A. M. (1994). An Examination Of Television Viewing Motives. *Journal of Communication*, 8(3), 141–165.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses & Gratifications Theory In The 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- West, R. (2014). Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3 (9th ed.). Salemba Humanika.
- William L. Rivers, dkk. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Kencana.