

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan hasil survei Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA), rasa percaya diri anak Indonesia masih tergolong rendah, dengan sekitar 56% didominasi perempuan meningkat. Tingkat kepercayaan diri itu penting dalam hidup sebagai dasar untuk menunjukkan potensi diri. Ketika pengetahuan dan keterampilan yang tepat sesuai dengan kepercayaan diri, itu memiliki dampak dan perubahan positif. Semua konsep hebat dan ide kreatif dengan mudah disajikan dalam bentuk tindakan nyata. Masalah kepercayaan diri selalu menjadi topik populer yang dialami banyak orang. Berbicara di depan umum, berkomunikasi dengan orang baru, atau berhubungan dengan pekerjaan yang menyertainya. Keyakinan adalah hal yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari. Metode pengukuran kepercayaan diri seseorang cenderung kecemasan, keterbatasan, keragu-raguan, membuang waktu dalam pengambilan keputusan, harga diri rendah, kecerdasan rendah, atau menyalahkan lingkungan sebagai penyebab masalah.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri. Salah satunya adalah penampilan. Penampilan berkaitan erat dengan persepsi citra individu dan bentuk tubuh. Citra dan persepsi ini disebut citra tubuh. Sebuah citra tubuh adalah gambaran dari bentuk tubuhnya sendiri dalam pikiran orang lain.

“Memang secara alamiah perempuan selalu atau hanya sekian persen merasa kurang percaya diri. Hal itulah menjadi alasan perempuan untuk menggunakan make up ataupun baju yang bagus. Hal itu dilakukan untuk

menunjang penampilannya untuk menambah rasa percaya dirinya. Namun, sayangnya ternyata banyak perempuan cantik di Indonesia yang masih merasa kurang percaya diri dan menilai rendah yang dimilikinya walaupun realitanya perempuan itu telah dianugerahi kecantikan yang luar biasa. Hal itu terjadi karena para perempuan tersebut tidak berani menggali segala potensi yang dimilikinya. Bahkan, perempuan Indonesia terkadang takut untuk menampilkan sisi terbaik yang dimiliki olehnya. Tak jarang kerap kali perempuan membatasi diri mereka dengan kalimat jauh dari sempurna dan membandingkannya dengan kecantikan yang dimiliki oleh orang lain.”

(Dr. Lanny Juniarti).

Orang lain juga turut berpengaruh dalam menurunkan kepercayaan diri. Orang yang sering menyebabkan berbagai masalah, menguras energi, menimbulkan stres, perasaan tidak nyaman, serta menebarkan pemikiran dan sikap negatif terhadap orang-orang disekitarnya baik itu secara fisik atau emosional seperti ini bisa disebut sebagai *toxic people* (Canthoper, 2017:34).

Toxic people atau orang-orang beracun dapat mempengaruhi kesehatan mental dan secara tidak langsung dapat menghancurkan kepercayaan diri. Perilaku orang-orang *toxic* yang meremehkan orang lain dan terlalu mendramatis dapat berbahaya bagi kesehatan mental dan fisik kita. *Toxic People* dapat mempengaruhi hidup seseorang, mereka dapat merubah dengan mudah tingkah laku dan perasaan seseorang. Terkadang ketika seseorang merasa sedang tidak baik secara fisik atau emosional, itu bisa saja dampak dari *Toxic People* ini (Lillian Glass, 2019).

Berikut beberapa contoh kutipan kalimat *toxic* menurut Ria Gabriela selaku tokoh *women empowerment* sekaligus *founder @Kitawanita.id* :

“Perempuan itu jangan jadi pemimpin, ga bisa tegas”

“Ah gitu doang mah gue juga bisa”

“Lu yakin suka sama dia? Mantan dia badan model semua, lah elu?”

“Perempuan ga usah kerja, nanti siapa yang ngurus suami dan anak?”

“Pendidikan mah gak usah tinggi-tinggi nanti susah cari suami”

Hal-hal tersebut tentu membuat merasa tidak nyaman, dan tidak percaya diri. Bahkan bisa membuat seseorang mengurungkan niat dalam mewujudkan mimpi-mimpinya. Peneliti diingatkan oleh komunitas perempuan di Indonesia yang fokus terhadap *women empowerment*. Salah satunya adalah akun instagram *@Kitawanita.id*. Komunitas ini membantu memberi motivasi dan inspirasi bahwa perempuan itu berhak untuk memiliki kesempatan yang sama. Dari komunitas ini peneliti belajar bahwa wanita berhak untuk menjadi versi terbaik dari dirinya.

Fenomena *“women empowering women, girls support girls”* yang dilakukan oleh *@Kitawanita.id* tidak hanya mengedukasi makna dari menjadi seorang perempuan, terutama bagaimana menjadi perempuan yang berdaya. Betapa kuatnya pengaruh perempuan ketika saling memberikan dukungan dan berbagi kebahagiaan satu sama lain.

“Pemberdayaan perempuan sangat berpengaruh terhadap pembangunan suatu negara. Harus lebih banyak perempuan yang bisa menyadari bahwa kapasitas dirinya itu tidak terbatas dan ia mampu diberikan kesempatan yang lebih banyak dalam mendapatkan pekerjaan, membuat kebijakan publik, ataupun membangun bisnis sesuai apa yang ia mau.” (Sri Mulyani, Menteri Keuangan Indonesia).

Mewujudkan *women empowerment* adalah salah satu bentuk kekuatan dimana perempuan bisa menjadi dirinya sendiri, tidak terbebani oleh pikiran orang lain dan bisa bertanggung jawab terhadap impian yang ia harapkan. Meskipun keyataannya hal ini tidak akan mudah karena tantangan yang akan dihadapi perempuan akan selalu ada, tapi jangan sampai hal itu membuat kita berhenti dan mengakhiri mimpi kita tersebut. Justru, perempuan harus bangkit dan bersatu dalam berjuang serta saling menguatkan satu sama lain.

Peneliti juga menggunakan penelitian terdahulu dengan tema yang sama sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan. Berikut penelitian terdahulu yang peneliti gunakan :

1. Muhammad Rafi Pradana, Universitas Padjajaran 2020. Penelitian yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi PT Patra Bangun Properti”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil dari penelitian tersebut adalah :
 - 1) Riset dan diagnosis telah dilakukan oleh PT Patra Bangun Properti dengan melakukan riset primer menggunakan observasi dan wawancara, riset sekunder dengan menganalisis data pribadi, serta analisis SWOT pada media sosial instagram, 2) tujuan yang ditetapkan PT Patra Bangun Properti dapat dicapai dan diwaktukan 3) Strategi yang digunakan PT Patra Bangun Properti adalah menetapkan instagram sebagai saluran spesifik yang digunakan dan menggunakan pesan kunci 4) PT Patra Bangun Properti menggunakan taktik Paid Media yaitu dengan iklan yang ada di instagram, Earned Media dengan mengandalkan keterlibatan

netizen, serta Owned media walaupun sosial media instagram ini tidak sepenuhnya dikendalikan oleh PT Patra Bangun Properti. “

2. Anisa Diniati, Universitas Islam Bandung, 2022 dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengelolaan Media Humas Digital Pada Media Sosial Instagram @riliv”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, hasil dari penelitian tersebut adalah :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh tim Social Media Strategist Reliv terstruktur dan terjadwal, mulai dari pemetaan unggahan, kolaborasi, pembuatan ide konten, dan evaluasi aktivitas. Bentuk konten yang diunggah juga sangat beragam dengan informasi yang valid dan konsisten tentang filosofi Riliv sebagai start-up layanan psikologi. Hampir semua fitur pada aplikasi Instagram digunakan untuk membangun hubungan dan kedekatan yang baik dengan pengikutnya, terutama fitur komentar dan pesan langsung sebagai media interaktif yang lebih privat.

3. Siti Muslichatul Mahmudah & Muthia Rahayu, Universitas Mercu Buana, 2020, dalam penelitian yang berjudul “Pengelolaan konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan”. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kualitatif, hasil dari penelitian tersebut adalah :
 “Dalam pengelolaan konten media sosial instagram korporat, aspek *share* atau menjadi pembahasan pertama yang dimulai dengan memahami dan mengetahui tujuan dari penggunaan media sosial. Pada aspek selanjutnya, *optimize*, pengelolaan konten dilakukan dengan cara membuat jadwal

postingan serta memanfaatkan fitur yang tersedia pada platform instagram. Pada proses pengendalian atau *manage*, tahap ini digunakan untuk mengatur sistem manajemen dan mengetahui pergerakan yang terjadi pada setiap konten yang telah diposting. Pada aspek engage, menjalin hubungan baik dengan komunitas online untuk mendapatkan instagram *exposure*.”

Berdasarkan masalah yang dirasakan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran konten *women empowerment* dalam isu *toxic people*, yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul sebagai berikut „**Analisis Pengelolaan Media Sosial Pada Akun Instagram @kitawanita.id Dalam Rubrik “Toxic People”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam proposal penelitian ini :

“Bagaimana Analisis Pengelolaan Media Sosial Pada Akun Instagram @kitawanita.id Dalam Rubrik “Toxic People” ”

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana analisis pengelolaan media sosial pada akun instagram @kitawanita.id dalam rubrik *toxic people* ?
2. Apa saja hambatan dalam pembuatan konten pada rubrik *toxic people* ?
3. Apa saja upaya yang dilakukan oleh @Kitawanita.id untuk mengatasi hambatan dalam pembuatan konten pada rubrik *toxic people* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam pembuatan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial pada akun instagram @kitawanita.id dalam rubrik *toxic people*
2. Mengetahui hambatan dalam pembuatan konten pada rubrik *toxic people*
3. Mengetahui upaya yang dilakukan oleh @Kitawanita.id untuk mengatasi hambatan dalam pembuatan konten pada rubrik *toxic people*

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti untuk mengetahui konten karakteristik media sosial pada akun instagram dalam rubrik *toxic people*. Hasil penelitian diharapkan berguna bagi pengembangan kajian penelitian ilmu komunikasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian diharapkan bisa berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi terutama pada *new media* dan kepekaan informasi mengenai konten instagram dalam rubrik *toxic people* baik bagi peneliti maupun pihak-pihak lain. Selain itu, penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Bagi pengelola akun instagram @Kitawanita.id
2. Bagi *followers* akun instagram @Kitawanita.id
3. Bagi peneliti dan pembaca

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 *New Media*

Media baru atau *new media* adalah media yang menggunakan internet, merupakan media online berbasis teknologi, dapat fleksibel, interaktif, dan berfungsi baik secara privat maupun publik (McQuail,Dennis. 2011: 3).

Secara umum, media baru tidak hanya menjembatani perbedaan antara beberapa media, tetapi juga batas-batas antara aktivitas komunikasi pribadi dan aktivitas publik. Teks digitalnya memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi. Media baru dan media lama sangat berbeda. Perbedaan tersebut terlihat pada pendekatan interaksi sosial dan integritas media sosial lama dan baru.

Pendekatan interaksi sosial membedakan media berdasarkan seberapa mirip media tersebut dengan model interaksi tatap muka. Media lama kurang memiliki kesempatan untuk berinteraksi, media yang menekankan pada penyebaran informasi mulai bermunculan, dan interaksi yang kurang seperti radio dan televisi.

New media dicirikan oleh teknologi berbasis internet seperti komputer yang dapat diakses kapan saja, di mana saja, dengan fitur privat dan publik, setiap pengguna adalah komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. Masyarakat modern seperti saat ini sangat mudah mengakses internet (media baru), yang hanya dapat diakses melalui komputer, namun sekarang juga dapat diakses melalui teknologi telepon genggam dan telepon genggam (McQuail,Dennis. 2011: 45).

1.6.2 Media Sosial

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media online (fasilitator) yang mempererat hubungan antar pengguna dan mempererat ikatan sosial. Media sosial berada di dalam jaringan Internet, media sosial memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dan membentuk ikatan dengan pengguna lain secara virtual. (Nasrullah, Rulli. 2017:11-13).

Peneliti menekankan bahwa media sosial memiliki karakteristik tertentu dalam kaitannya dengan setiap orang yang bersosialisasi di era perkembangan teknologi komunikasi.

Media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Oleh karena itu, media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik media siber. (Nasrullah,Rulli. 2017:15).

Keberadaan media sosial tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan fungsi sebuah komputer. Karena tiga bentuk sosialisasi, seperti kognisi, komunikasi, dan kerjasama, adalah sistem antara individu dan masyarakat, komputer mungkin juga mirip dengan bagaimana mereka membentuk sistem.

1.6.3 Instagram

Media sosial Instagram merupakan situs jejaring sosial yang bertujuan untuk berbagi foto, instagram dibuat pada bulan Oktober 2010. Pengguna media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengeditnya dengan menggunakan efek yang tersedia, membuat keterangan foto yang menarik dan membagikan foto yang sudah mereka design sedemikian rupa ke situs jejaring sosial Instagram. Media sosial Instagram yang diluncurkan pada tahun 2010 langsung digemari oleh masyarakat di jagat media sosial. Sekarang media sosial Instagram sangat populer bukan hanya di kalangan para selebritas dan politisi, namun juga marak digunakan oleh masyarakat luas (Albarran:2013)

Berdasarkan riset Data Reportal pada bulan Januari 2022, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7 persen dari total populasi masyarakat Indonesia. Dari jangkauan iklan di media sosial Instagram, 52,3% audiens adalah pengguna perempuan, sementara 47,7% sisanya adalah pengguna laki-laki. Perusahaan yang mengembangkan Instagram tetap berdiri secara independen sampai akhirnya dibeli oleh perusahaan Facebook (sekarang berubah nama menjadi Meta) Pada 9 April 2012.

Dalam situs resmi Instagram, dikatakan bahwa : “Instagram adalah sebuah cara yang cepat, dan menyenangkan untuk berbagi kegiatan seputar kehidupan dengan teman dan keluarga. Ambil foto atau video, pilih filter untuk mengubah tampilan dan warna, kemudian kirim ke Instagram. Masyarakat bahkan bisa berbagi ke Facebook, Twitter, Tumblr dan sosial media lainnya. Ini adalah cara baru untuk melihat dunia.”

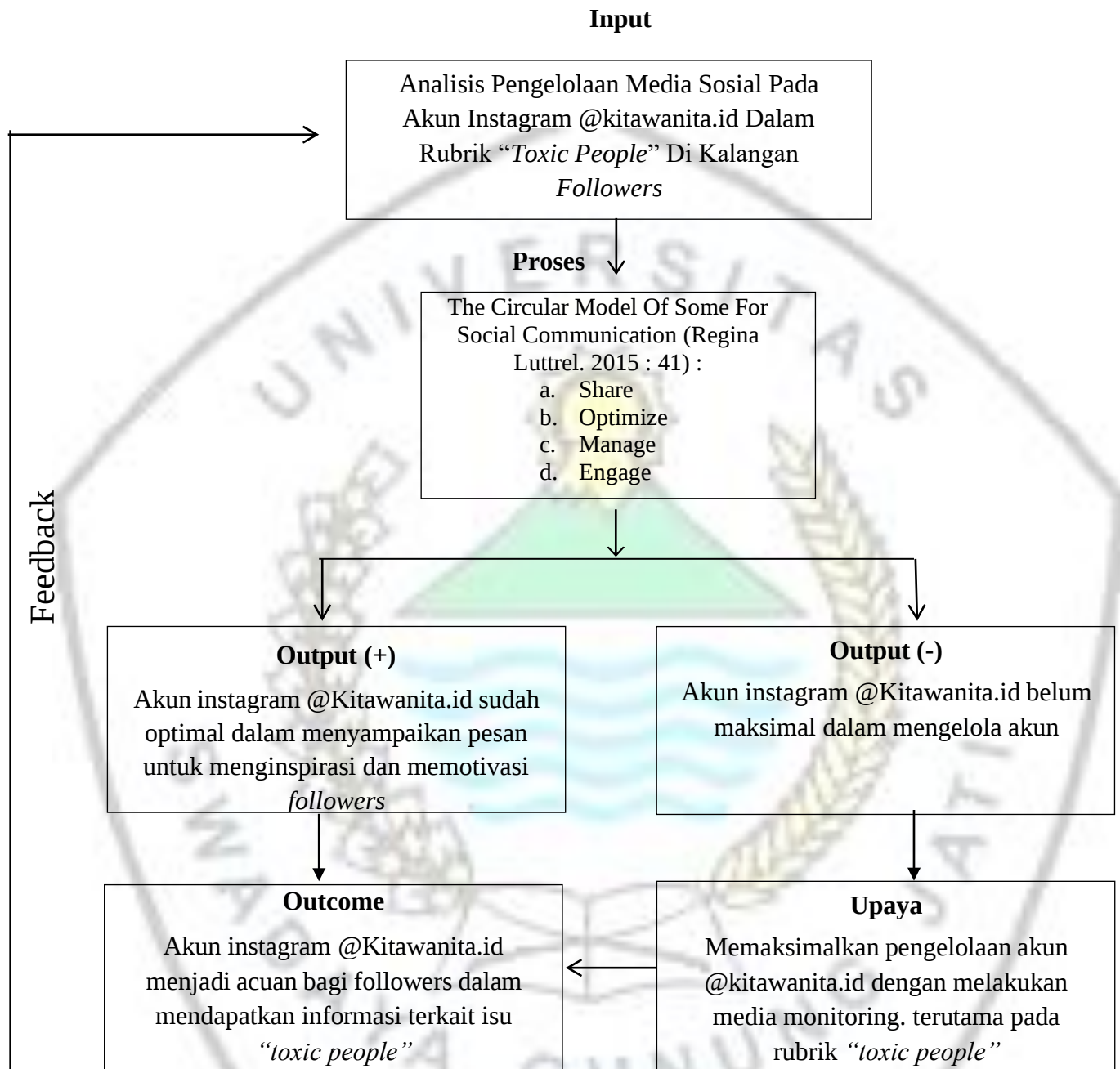
1.6.4 Pengelolaan

Kata “Pengelolaan” dapat disamakan dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan. Banyak orang yang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan pengadministrasian, dan memang itulah pengertian yang populer saat ini. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat. (Suharsimi Arikunto, 1993: 31).

Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etomologi istilah pengelolaan berasal dari kata .kelolah. (*tomanage*) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sedangkan menurut Syamsu menitikberatkan pengelolaan sebagai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai efisiensi pekerjaan. (Nugroho. 2009:119)

1.6.4 Kerangka Pemikiran Peneliti

Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti :



Gambar 1.1
Kerangka Penelitian Peneliti

1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep

1.7.1.1 Konten *Women Empowerment*

Women Empowerment adalah sebuah ungkapan yang berasal dari bahasa Inggris yang memiliki banyak arti, *content* atau konten sering berhubungan dengan media sosial. Artinya adalah sesuatu yang dapat diungkapkan melalui beberapa media, seperti gambar, tulisan, video, maupun bentuk lainnya. Kata *content* artinya isi, daya muat atau kandungan. Bisa disimpulkan bahwa konten adalah berbagai macam informasi yang disajikan melalui media berupa teks, gambar, suara/audio, maupun video.

Women Empowerment (atau pemberdayaan perempuan) dapat didefinisikan dalam beberapa hal, termasuk menerima sudut pandang perempuan atau berusaha mencarinya, meningkatkan status perempuan melalui pendidikan, kesadaran, literasi, ataupun pelatihan. Istilah yang secara harfiah diartikan ke dalam Bahasa Indonesia sebagai pemberdayaan perempuan" memiliki makna berbeda di mata banyak pihak. *Women empowerment* bisa dimulai dari diri kita sendiri, salah satunya berhenti menyalahkan diri sendiri dan lingkungan, membuat alasan-alasan, dan tidak menciptakan keraguan yang hanya akan menghalangi dan membatasi diri kita sendiri.

Women empowerment atau Pemberdayaan perempuan kerap dikaitkan dengan feminisme. Feminisme memiliki tujuan untuk mendorong hak perempuan agar dapat leluasa memilih jalan hidupnya sendiri. Bukan untuk menjalani hidup yang sudah diatur oleh orang tua maupun orang lain, tapi menjalani hidup yang dibangun dan diatur oleh perempuan itu sendiri. Masih banyak perempuan di dunia yang harus menghadapi stereotip tradisional yang dilabelkan kepada keluarga atau lingkungan disekitar mereka. Sudah seharusnya saat ini perempuan memiliki kepercayaan diri, dan kebebasan untuk membuat pilihannya sendiri.

Konten *women empowerment* adalah pesan-pesan yang bertujuan untuk memberdayakan perempuan khususnya perempuan Indonesia agar bermimpi lebih besar. Hal ini bisa dimulai dengan cara memberikan pesan yang menginspirasi dan memotivasi bagi *followers* atau pengikut di media sosial untuk berbagi pengalaman dan mendukung satu sama lain. *Women empowerment* telah menjadi topik diskusi atau pembicaraan yang signifikan dalam pembangunan dan ekonomi. Pemberdayaan ekonomi memungkinkan perempuan untuk mengontrol dan mengambil manfaat dari sumber daya, aset, serta pendapatan. Ini juga membantu kemampuan untuk mengelola resiko dan meningkatkan kesejahteraan perempuan. Konten *women empowerment* membantu dalam meningkatkan status perempuan melalui literasi, pendidikan, pelatihan dan menciptakan kesadaran pada diri masing-masing. Lebih lanjut, *women empowerment* mengacu pada

kemampuan perempuan untuk membuat pilihan hidup yang sebelumnya ditolak oleh mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya.

1.7.1.2 Isu Toxic People

Toxic People adalah istilah untuk seseorang yang 'beracun' atau sifat pribadi yang suka menyusahkan dan merugikan orang lain, serta menebarkan pemikiran dan sikap negatif terhadap orang-orang disekitarnya baik itu secara fisik atau emosional. *Toxic people* bukan hanya ditemukan di dunia maya, namun juga di dunia nyata.

“Sifat toxic adalah hubungan antara orang yang tidak bisa saling mendukung *partnernya*. *Toxic people* biasanya sering melakukan *emotional abuse* atau kekerasan emosional kepada orang lain. *Emotional abuse* adalah bentuk kekerasan yang paling halus diantara jenis kekerasan lainnya. *Toxic people* tidak mengenal kata “maaf” dan paling anti dengan kata tersebut. Sosok yang memiliki sifat *toxic* akan selalu merasa dirinya paling benar dan selalu bisa menemukan celah untuk kesalahan yang ia lakukan. Bukan hanya tidak mau minta maaf, *toxic people* bisa menunjuk orang lain untuk menutupi kesalahan yang ia lakukan.” (Lillian Glass).

1.7.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Tabel 1.1
Konsep Penelitian

Konsep / Aspek Kajian	Dimensi	Parameter
The Circular Model Of Some For Social Communication (Regina Luttrell. 2015 : 41)	1. Share	a. Participate b. Connect
	2. Optimize	a. Listen & Learn b. Take Part in Authentic Conversation
	3. Manage	a. Media Monitoring b. Quick Response
	4. Engage	a. Content By User

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang mendeskripsikan suatu penelitian dan tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang rinci, dibentuk dengan kata-kata yang tertuju dan rinci. (Moleong, Lexy J. 2017:6)

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Objek alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut (Sugiyono. 2017:7-8).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai Analisis Pengelolaan Media Sosial Pada Akun Instagram @Kitawanita.Id Dalam Rubrik Toxic People.

1.8.2 Informan Dan Teknik Pemilihan Informan

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi narasumber, partisipan, informan penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan disebut sebagai sampel statistik, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori (Sugiyono. 2016:216).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang dibutuhkan. Dalam bahasa sederhana, *purposive sampling* dapat dikatakan sebagai cara sengaja mengambil sampel tertentu (dalam hal ini yaitu informan) yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. (Sugiyono. 2016 : 218-219).

Informan adalah orang-orang yang terlibat dalam objek penelitian yang memberikan informasi secara lengkap mengenai setiap keterangan ataupun data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibutuhkan oleh peneliti. Informan inilah yang menjadi sumber utama dalam penelitian kualitatif.

Informan dalam penelitian ini sebanyak 5 (Lima) orang yaitu :

1. Founder Instagram @Kitawanita.id (key informan),
Ria Gabriela
2. Empat (4) orang *followers* @Kitawanita.id (informan pendukung)
 - a) Tiara Rahmah Tsani Haris
 - b) Fitriyah
 - c) Dewi Novitasari
 - d) Setiadi Nugroho

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian skripsi ini yaitu :

1) Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono.2016:226).

Peneliti pada tahapan observasi, hal pertama yang dilakukan adalah pengamatan, melihat konten, membaca komentar dan menganalisis konten yang terkait dengan isu *toxic people* yang terdapat pada media sosial instagram @Kitawanita.id. Sehingga memudahkan peneliti untuk mengetahui bagaimana respon atau tanggapan dari followers terkait konten mengenai isu *toxic people*.

2) **Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono. 2016:231).

Pada tahap wawancara peneliti mencoba untuk mendapatkan lebih banyak informasi dengan cara mengajukan pertanyaan kepada narasumber.

3) **Studi Pustaka**

Pada tahap studi pustaka peneliti menggunakan berbagai sumber referensi seperti buku dan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, cara tersebut berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.

4) **Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Pada tahap dokumentasi, peneliti mendokumentasikan atau melihat dan menganalisis dokumen-dokumen seperti buku dan jurnal yang dibuat oleh penelitian sebelumnya dengan masalah yang sama.

1.8.4 **Teknik Keabsahan Data**

Pada pengujian keabsahan data salah satu caranya adalah dengan melakukan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Terdapat triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Triangulasi sumber berarti untuk

mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono.2016:241).

1.8.5 Teknik Interpretasi Data

Teknik interpretasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, peneliti menganalisis data dengan cara menjelaskan dengan bentuk logis. Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Teknik interpretasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman dalam yusuf (2014), yaitu :

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Kesimpulan / Verifikasi

1.9 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Tidak ada lokasi khusus dalam melakukan penelitian ini. Penelitian dapat dilakukan dimana saja yang memungkinkan dan mendukung jaringan internet yang stabil agar bisa mengakses objek penelitian melalui aplikasi media sosial Instagram. Penelitian dilakukan dari bulan maret sampai dengan bulan juli 2022.

