

BA II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan *New Media*

2.1.1 Definisi *New Media*

Media baru atau *new media* erat kaitannya dengan perkembangan internet. *New media* adalah media berbasis internet yang menggunakan komputer dan telepon genggam yang canggih. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan cara saling berbaaur (McQuail, Denis. 2011:43)

New media adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3). Kemunculan *new media* tentunya berdampak sangat besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet dapat membuat manusia terkoneksi tanpa terbatas wilayah maupun waktu, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas dan dapat mengakses informasi apapun yang tersedia kapanpun. Ditambah lagi dengan munculnya *gadget* atau ponsel canggih yang membuat manusia semakin mudah dalam mengakses informasi kapanpun dan dimanapun dengan bantuan jaringan internet.

Marshall McLuhan mengkonseptualisasikan “*global village*” yang dimaknai sebagai sebuah proses homogenisasi jagat sebagai akibat dari kesuksesan sistem komunikasi secara keseluruhan. Bukan hanya dimanfaatkan untuk berkomunikasi, manusia dapat memanfaatkan new media ini sebagai hiburan dan wadah untuk mengekspresikan diri. Hal itu dapat ditemukan di media sosial, contohnya adalah adanya akun yang postingannya berisi tentang motivasi dan edukasi di salah satu *platform new media* yaitu instagram. Sehingga dapat memanfaatkan *new media*, orang yang membutuhkan edukasi dapat mengaksesnya dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak.

Ciri utama yang membedakan *new media* dengan media lama adalah desentralisasi (pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator saja), kemampuan tinggi (pengantaran melalui kabel atau satelit akan mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya), komunikasi timbal balik (komunikator dapat dengan mudah memilih menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung), kelenturan (fleksibilitas bentuk, isi pesan dan penggunaan (McQuail, Denis. 2011 :16).

2.1.2 Fungsi New Media

New media memiliki fungsi sebagai berikut :

- 1) Berfungsi menyajikan informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja. Sehingga memudahkan setiap orang yang menggunakan dapat memperoleh sesuatu yang dicari atau dibutuhkan dari tempat sumber informasinya.
- 2) Sebagai media atau tempat untuk transaksi jual beli. Kemudahan memesan produk dengan melalui fasilitas jejaring internet di media sosial atau *marketplace* yang tersedia.
- 3) Sebagai sarana atau media hiburan. Contohnya: game online, media sosial, *streaming* video atau film, dan lain sebagainya.
- 4) Sebagai media komunikasi yang efisien. Setiap pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain tanpa terkendala jarak maupun waktu, bahkan dengan adanya *new media* dapat melakukan *video conference*.
- 5) Sebagai sarana pendidikan, dengan memanfaatkan adanya *e-book* yang mudah dan praktis. Bagi mahasiswa ataupun pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat digolongkan, proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif serta produktif (Herliani,Lia. Vol.3, No.4,2015:218).

Media sosial termasuk kedalam jenis *new media*, karena menggunakan teknologi digital dan jaringan internet untuk mengoperasikannya. Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat dengan mudah membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi satu sama lain dalam sebuah komunitas. Pada media sosial penggunaanya dapat dengan mudah melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual ataupun audiovisual. Contohnya seperti Instagram, Twitter, Facebook, Blog, Forsquare dan media sosial lainnya. (Puntoadi, 2011:1).

Media sosial bisa dilihat dari perkembangan hubungan setiap individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain yang berada dalam sebuah suatu sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi di dalam jaringan antar individu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (users) bekerjasama (Nasrullah, Rulli. 2017:8).

Media sosial dapat menjadi media untuk membentuk komunitas online dengan memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan pengguna lainnya. Media sosial dapat digabungkan dengan media sosial lainnya untuk menjadi bagian dari strategi *e-marketing* secara keseluruhan. Sebagai cara untuk menemukan dan menciptakan *brand evangelist*. Media sosial menawarkan kesempatan untuk bergabung dengan komunitas yang ada dan menerima umpan balik langsung (Puntoadi, 2011:21-31).

2.2 Tinjauan Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki banyak fungsi dalam setiap perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media sosial juga menjadi sarana penggunaannya untuk bisa menggali lebih dalam berbagai informasi. Media sosial memiliki peran dan dampak yang besar bagi setiap kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

Penggunaan istilah media sosial seringkali tumpang tindih dengan jejaring sosial atau pemberitaan media sosial lainnya. Ini karena situs media sosial tidak hanya terdiri dari satu jenis kategori, seperti jejaring sosial, tetapi juga kategori lainnya. Misalnya, situs seperti YouTube, Flickr, dan Instagram tidak hanya menjadi media untuk berbagi video dan gambar, tetapi juga jejaring sosial karena memiliki fitur seperti profil, komentar, dan umpan balik.

Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa aktivitas media sosial dalam bentuk status postingan dan konten postingan dapat mempengaruhi matriks yang berbeda seperti suka dan komentar (Coelho, Oliveira, Almeida, 2016). Suka dan komentar di berbagai *platform* media sosial ini dapat memengaruhi keterlibatan online (Lin dan Chiu, 2015) atau kesadaran merek (Gensler dan Leeflang, 2012). Oleh karena itu, popularitas konten yang diposting dapat dikenali dari banyaknya like dan komentar (Ryan dan Zabin, 2010). Dengan kata lain, semakin banyak suka dan komentar dari pengguna dan pengikut lain, semakin

banyak perhatian pemirsa terhadap materi yang ditampilkan dalam konten yang kita unggah. Hal ini tentunya dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk mengetahui strategi manajemen media sosial mereka. (Syahputra, Iswandi. 2019; 52-53)

2.2.2 Fungsi Media Sosial

Pada peran media sosial saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan yang besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. Hal ini membuat fungsi dari media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial sebagai berikut :

1. Media sosial mendukung demokrasi pengetahuan serta informasi. Mengubah manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan.
2. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi antara setiap pengguna dengan menggunakan internet dan teknologi web dan jaringan internet.
3. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis dengan banyak audience.

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial saja dibandingkan dengan media lainnya.

Adapun karakteristik media sosial adalah sebagai berikut :

1. Jaringan

Jaringan adalah jalan yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer atau perangkat saling terhubung, untuk saling bertukar data atau informasi.

2. Informasi

Informasi menjadi hal yang penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya sendiri, memproduksi konten, hingga melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang diunggah telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun melalui perangkat apapun.

4. Interaksi

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial

Media sosial mempunyai karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual atau maya. Media sosial tentunya memiliki keunikan dan pola tersendiri, dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

6. Konten Oleh Pengguna

Di Media sosial konten sepenuhnya berdasarkan kontribusi dari setiap pengguna. Konten oleh pengguna merupakan relasi simbiosis dalam budaya *new media* yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk bisa berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana penggunaanya hanya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam mendistribusikan pesan.

7. Penyebaran

Penyebaran (Share/sharing) merupakan karakter lain dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh pengguna, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunaanya (Benkler, 2012; Cross, 2011). Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa setiap penggunaanya aktif menyebarkan konten sekaligus dapat mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah mendapatkan komentar yang bukan sekedar opini, tetapi juga memuat data atau fakta terbaru (Nasrullah, Rulli. 2017 : 33).

2.3 Tinjauan Instagram

Media sosial merupakan salah satu dari berkembangnya internet. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Pengguna saat ini menyadari bahwa aplikasi tersebut merupakan media yang sangat tepat untuk berbagi informasi, karena mereka lebih tertarik pada Bahasa visual. Maka dari itu instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk berinteraksi melalui visual maupun video. Sistem pertemanan di instagram menggunakan sistem followers dan following. Followers yang dalam bahasa Indonesia berarti pengikut adalah list atau daftar nama akun orang lain yang mengikuti kita di Instagram, sedangkan following yang berarti mengikuti adalah list atau daftar nama akun yang kita ikuti. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi pengguna lain serta dapat meningkatkan kreatifitas.

2.3.1 Definisi Instagram

Instagram disusun dari dua kata yaitu “insta” yang mengartikan instan dan terinspirasi dari kamera polaroid kala itu yang secara instan mencetak foto setelah objek berhasil difoto. Dan kata “gram” yang diambil dari istilah telegram yang bermakna sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat dan efisien. Aplikasi yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger delapan tahun lalu tepatnya pada Oktober 2010 ini pada dasarnya memang dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Maka dari fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil yang optimal dan dari situ pengguna memanfaatkan untuk tujuan tertentu.

Pada aplikasi instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang hanya disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajah konten pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk di beranda.

2.3.2 Sejarah Instagram

Instagram adalah layanan jejaring sosial foto dan video sharing dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan secara resmi pada oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya diperuntukan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada april tahun 2012, barulah instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis android dan diikuti oleh situs web pada november tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 mobile pada april 2016. Instagram memulai pengembangan di San Francisco, ketika Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 dengan multi fitur pada fotografi seluler. Kevin systrom dan Mike Krieger tidak menyangka pada saat itu Instagram akan sangat digemari dan dikenal sebagai album foto online. Meskipun pada saat pertama pembuatannya Instagram belum tersedia untuk umum, Systrom dan Krieger mulai menguji gagasan mereka dengan beberapa jepretan eksperimental.

Perusahaan yang mengembangkan Instagram tetap berdiri secara independen sampai akhirnya diakusisi oleh Facebook yang saat ini berubah nama menjadi Meta. Pada 9 April 2012, facebook membeli instagram seharga 1 miliar dolar AS. Meta mengakusisi Instagram karena memiliki platform berbagi gambar

yang lebih baik.

2.3.3 Fitur Instagram

Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik.

Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram pada saat ini:

1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut di instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari postingan foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

2. Mengunggah Foto/Video dengan *Caption* (*Posting*)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai wadah untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Di Instagram, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukkan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan. Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

4. Efek (*Filter*)

Pada versi awalnya, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Di dalam pengaplikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna, dll.

5. Arroba

Seperti Twitter dan Facebook, Instagram juga memiliki fitur dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna yang lainnya., dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram pengguna lainnya tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam keterangan foto, melainkan juga pada komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

6. Label foto (Hashtag)

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan

menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan nama sendiri, tempat dimana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara.

7. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Dengan demikian instagram dapat mendeteksi lokasi dimana para pengguna Instagram tersebut berada. Dengan geotagging para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau dimana foto tersebut telah diunggah.

8. Jejaringan sosial

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter dengan cara menghubungkan link akun Instagram dengan akun media sosial lainnya.

9. Tanda suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di Facebook, yaitu sebagai

penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.

10. Instastory

Instastory merupakan singkatan dari Instagram *stories*. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.

11. Closefriend

Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai “*CloseFriend*”.

12. Siaran langsung

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya.

14. IG TV

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam Feed profil unggahan.

2.4 Tinjauan Pengelolaan

2.4.1 Definisi 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 (Suharsimi Arikunto, 1993: 31).

Pengelolaan adalah pengendalian dan pemanfaatan semua faktor sumberdaya yang menurut suatu perencanaan diperlukan untuk menyelesaikan suatu tujuan tertentu. Dari pengertian diatas Admosudirjo menitikberatkan pengelolaan pada proses mengendalikan dan memanfaatkan semua faktor sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.. (Admosudirjo 2005:160).

2.4.2 Tujuan Pengelolaan

Tujuan pengelolaan adalah segenap sumber daya yang ada seperti: sumber daya manusia, peralatan atau sarana yang ada dalam suatu organisasi dapat digerakkan sedemikian rupa, sehingga dapat menghindarkan dari segenap pemborosan waktu, tenaga dan materi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Pengelolaan dibutuhkan dalam semua organisasi, karena tanpa adanya pengelolaan atau manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

Terdapat beberapa tujuan pengelolaan, yaitu

- 1) Untuk pencapaian tujuan organisasi berdasarkan visi dan misi.
- 2) Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan.
Pengelolaan dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.
- 3) Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satu cara yang umum yaitu efisien dan efektivitas. (Usman, Husaini. 2006 : 34).

2.5 Tinjauan Toxic People

Dalam menjalani suatu hubungan baik pertemanan atau *relationship*, idealnya setiap individu saling menyayangi, mengasihi, memberi kenyamanan dan rasa aman satu sama lain. Namun biasanya ada salah satu pihak yang biasanya akan berupaya untuk lebih mendominasi pihak lainnya, maupun memanipulasi orang lain untuk mengontrolnya, maupun sekedar untuk mempermainkan perasaannya.

2.5.1 Definisi Toxic People

Toxic people adalah istilah untuk seseorang yang „beracun“ atau sifat pribadi yang suka menyusahkan dan merugikan orang lain, baik secara fisik maupun emosional, atau singkatnya *toxic people* adalah orang-orang yang membawa pengaruh negatif dalam hidup orang lain. Seseorang dianggap *toxic* saat ia menebarkan sesuatu yang negatif dalam lingkungan sekitarnya. *Toxic people* bukan hanya ada di dunia nyata, namun juga sering ditemui pada media

sosial. Dengan perlakuan mereka, korbannya jadi merasa kurang berharga, mempertanyakan segala keputusan dalam hidup yang sudah ia buat, dan menyusutkan kepercayaan diri orang lain. Bukan hanya itu, *toxic people* mungkin saja bisa merusak mental dan fisik orang yang terlibat didalamnya (Dr. Kristen Fuller)

Toxic dalam seseorang tidak dianggap sebagai gangguan mental, namun mungkin ada sesuatu masalah mental yang mendasari kenapa seseorang bertindak seperti itu. *Toxic people* biasanya adalah orang-orang yang sangat sulit merasakan kebahagiaan. Hidupnya dibayang-bayang rasa tidak puas, sering mengeluh, dan merasa resah. Biasanya, tipe-tipe orang ini suka bersikap egois dan hanya berteman atau menjalin hubungan untuk kepentingan pribadinya. Kebanyakan orang lain tidak menyadari bahwa mereka sedang terjebak dalam hubungan pertemanan maupun asmara yang *toxic*.

2.5.2 Ciri-ciri Toxic People

Berikut adalah ciri-ciri *toxic people* yang perlu diketahui :

1. Tidak Memiliki Empati

Biasanya *toxic people* tidak bisa mengerti dan memahami kondisi orang lain. Salah satu contohnya adalah ketika orang lain sedang menceritakan masalahnya, *toxic people* justru sibuk menghakimi dan menyalahkan orang lain.

2. Suka Mengontrol dan Memanipulasi Orang Lain

Kebiasaan mereka adalah mengontrol dan memanipulasi orang lain. Mereka akan membuat orang lain melakukan apa yang mereka inginkan untuk mencapai tujuan mereka. Mereka juga tidak ragu

untuk berbohong dan berkelit dengan sejuta alasan bila kebohongannya terkuak. Orang ini bisa membuat kita merasa berhutang budi padanya. Mereka juga bisa menyakiti perasaan kita, dengan dalih perbuatannya dilakukan untuk menyelamatkan kita.

3. Tidak Mau Mengakui Kesalahan

Toxic people enggan minta maaf. Meski mereka sudah jelas-jelas salah, mereka akan menganggap kesalahan mereka itu disebabkan oleh orang lain. Dalam banyak kasus, mereka mencoba untuk menjalin hubungan baik dengan orang lain tetapi sebenarnya untuk mencapai tujuan mereka sendiri. Mereka ingin memperoleh simpati dan perhatian dengan cara berpura-pura sebagai korban alias *play victim*.

4. Sering Merendahkan

Apapun kesuksesan atau keberhasilan yang orang lain punya, *toxic people* akan selalu menyangkal dan membuat orang lain kesal. Ketika ia tahu kita berhasil dan mendapat suatu pencapaian, ia secara tidak langsung akan membanding-bandingkan secara negatif dengan orang lain atau dirinya sendiri, atau bahkan menjatuhkan. (Novita Joseph, 2018).

2.5.3 Cara Menghadapi *Toxic People*

Hubungan sosial manusia memiliki efek jangka pendek dan panjang terhadap kesehatan. Dalam artian, *toxic people* dapat mempengaruhi kesehatan fisik dan mental seseorang, jika dibiarkan akan dapat mengganggu kesehatan jangka panjang yang menguras emosi.

Ada beberapa cara dalam menghadapi *toxic people*, berikut adalah cara untuk menghadapi *toxic people* :

1. Bicarakan baik-baik

Beritahu dan jelaskan kepadanya jika ada yang salah dengan sikapnya, kita merasa bahwa sikapnya sudah merugikan. Jangan takut untuk mengutarakan perasaan, jangan biarkan orang lain menggoyahkan pendirian dan menjatuhkan kepercayaan diri. Jika ia bisa menghargai dan menerima segala macam masukan, ia adalah orang yang mau berkembang, dan mau mencoba untuk merubah sikapnya.

2. Berhenti memberikan toleransi perlakuan *toxic*

Berhenti untuk membela dan menganggap sikap *toxic* itu wajar

3. Menjauhi *toxic people*

Lanjutkan hidup tanpa *toxic people*, karena kita tidak butuh efek negatif dari orang lain untuk melanjutkan hidup (@kitawanita.id, 2019)