

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang sangat cepat, membuat segala bidang dan aspek dalam kehidupan bermasyarakat ikut berubah, terutama di bidang komunikasi, dikarenakan perkembangan teknologi informasi dan proses digitalisasi. Teknologi komunikasi sendiri merupakan sebuah alat untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi.¹ Oleh karena itu terjadilah sebuah perubahan bentuk dan cara masyarakat dalam melakukan komunikasi satu sama lain, yakni dengan menggunakan alat dari teknologi informasi itu sendiri yang biasa berupa *gadget*. Media sosial menjadi tempat bagi masyarakat dalam media wadah komunikasi tersebut. Berdasarkan hasil riset yang diterbitkan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2021, jumlah keseluruhan masyarakat di negara Indonesia yang berjumlah 274,9 juta jiwa, 61,8% diantaranya atau setara dengan 170 juta jiwa adalah pengguna aktif media sosial. Dan sebanyak 73,7% atau setara dengan 202,6 juta jiwa adalah pengguna aktif layanan internet di Indonesia, yang menunjukkan bahwa terdapat peningkatan 27 juta jiwa atau 16% populasi Indonesia yang mengakses internet dari tahun sebelumnya.²

¹ Rusman, dkk. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2012), h.90

² <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses pada Kamis, 13 Oktober, pukul 13.30 WIB

Pergeseran cara berkomunikasi antara individu di dalam media sosial adalah suatu pembahasan yang sangat menarik. Media sosial sudah menjadi fenomena baru yang telah disukai oleh banyak kalangan. Rulli Nasrullah menjelaskan, bahwa media sosial adalah tempat di yang mampu memberikan kesempatan pada seseorang untuk menunjukkan dirinya sehingga mampu berinteraksi, melakukan kerjasama, saling berbagi, dan berkomunikasi dengan orang lain serta membangun hubungan sosial secara virtual.³ Berdasarkan hal tersebut, maka media sosial dapat menjadi wadah bagi seseorang dalam mengekspresikan dirinya dan mengungkapkan berbagai pemikirannya. Media sosial juga merupakan tempat yang biasa seseorang gunakan sebagai wadah untuk menunjukkan jati dirinya melalui berbagai tindakan yang dilakukan. Tindakan dalam upaya menunjukkan jati diri tersebut terkadang membuat pengguna lain di sosial media yang melihat nya menjadikan hal tersebut sebagai satu penilaian negatif terhadap individu tersebut.

Handayani menjelaskan bahwa *labelling* negatif yang diberikan terhadap kelompok tertentu dapat menciptakan ketidakadilan. Hal tersebut bisa terjadi karena adanya perbedaan cara bersosial antara kaum laki-laki dan perempuan. Hal yang dapat timbul akibat dari tindakan pelabelan adalah munculnya banyak tindakan yang dianggap seolah-olah sudah menjadi kodrat seseorang.⁴ *Labelling* atau pelabelan terutama yang dilakukan oleh kaum wanita adalah stigmatisasi terhadap sifat-sifat alamiah perempuan. Seperti bahwa sosok perempuan sering diberi label orang yang lemah, selalu berkaitan dengan pekerjaan rumah, dan tidak

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal. 3

⁴ Handayani, dkk. *Konsep dan Teknik Penelitian Gender*, (Malang: UMM PRESS, 2017)

mampu memberikan satu keputusan yang jelas, ataupun sifat-sifat negatif lainnya. Pelabelan tersebut seringkali membuat kaum perempuan mendapat pelabelan yang negatif.⁵ Peggy Thoits menulis di dalam artikelnya bahwa “*orang yang diberi label sebagai seorang yang menyimpang, maka dia akan menjadi pelaku penyimpangan*”.⁶ Pernyataan tersebut dapat ditafsirkan menjadi dua makna, pertama, yaitu tentang *self-labeling* (penjulukan pada diri sendiri), dan hal yang kedua adalah tentang proses bagaimana orang lain atau masyarakat memperlakukan seseorang berdasarkan label yang mereka berikan pada orang tersebut. Sehingga, sebagai contoh, apabila suatu masyarakat memberikan label bahwa seseorang adalah wanita murahan, tidak beradab, tidak memiliki nilai agama, wanita yang hina, padahal ia bukanlah sosok yang seperti itu, maka yang mungkin dapat terjadi adalah, orang tersebut bisa benar-benar memiliki sifat atau perilaku seperti itu. *Labelling* atau pelabelan dapat disebabkan oleh beberapa faktor dan situasi, salah satunya yaitu faktor komunikasi yang dilakukan secara virtual.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Valkenburg dan Peter (2009), mereka mengatakan bahwa saat ini para remaja lebih banyak menghabiskan waktu komunikasi nya secara online jika dibandingkan orang dewasa.⁷ Di dalam komunikasi online, para remaja mampu untuk lebih berekspresi secara bebas dan mampu melakukan kendali tentang bagaimana dan apa yang mereka ingin

⁵ Ridho. *Bentuk-Bentuk Pelabelan Negatif Terhadap Perempuan Dalam Novel GADIS-GADIS AMANGKURAT CINTA YANG MENIKAM* Karya Rh. Widada, Vol 3, No 1 (Maret 2019); h. 42

⁶ Peggy Thoits, “*A Handbook for the study of Mental Health*”, *Sociological Approaches to Mental Illness*, (1999), Hal. 121.

⁷ Valkenburg, Patti M., and Jochen Peter. “*Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research.*” *Current directions in psychological science* 18.1 (2009): 1-5.

sampaikan tentang diri mereka kepada orang lain di dalam dunia internet. Para remaja juga lebih suka mengekspresikan diri mereka dengan menggunakan konteks visual dan auditori. Hal ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Walther (1996), ia menyebutkan bahwa fitur lengkap yang dimiliki oleh komputer atau internet, seperti anonimitas audio visual dan sinkron, membuat seseorang untuk mengekspresikan diri lebih leluasa di media sosial.⁸

TikTok adalah salah satu media sosial yang sangat populer dan merupakan media yang biasa digunakan sebagai bahan untuk menunjukkan jati diri atau sekedar pengekspresian diri. Menurut laman KompasTekno dari Phone Arena, terdapat sekitar 80% pengguna menyebutkan bahwa TikTok adalah platform media sosial yang paling menghibur. Berdasarkan sumber data, pengguna aktif TikTok mengalahkan sosial media lainnya. Dilansir dari *The Verge*, menyatakan bahwa total tren Tik Tok melonjak selama masa pandemi Covid-19 yang dimulai pada tahun 2020.⁹ Pada kuartal pertama tahun itu, TikTok menjadi aplikasi seluler paling banyak diunduh di internet, yaitu sebanyak 315 juta kali.¹⁰ Data yang dirilis oleh *We Are Social* per April 2022, menyebutkan bahwa Indonesia adalah Negara dengan jumlah pengguna aktif TikTok terbanyak kedua di Dunia pada tahun 2022

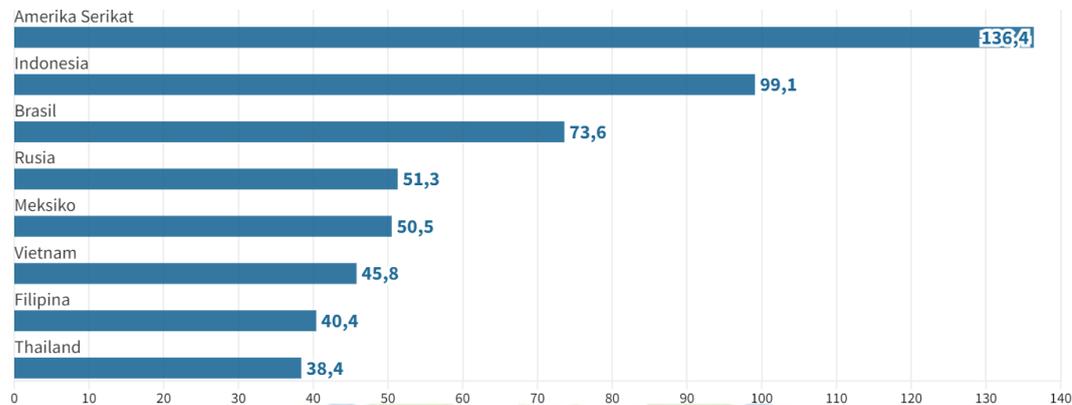
⁸Walther, Joseph B. "Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction." *Communication research* 23.1 (1996): 3-43.

⁹Conney Stephanie, "Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap", artikel diakses pada Sabtu, 15 Oktober 2022, pukul 23.57 WIB dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>

¹⁰Faisal Javier, "Tembus 1 Miliar, Pengguna TikTok Hanya Butuh Waktu 5 Tahun" Artikel diakses pada Sabtu, 16 Oktober 2022, pukul 00.30 WIB dari <https://data.tempo.co/data/1230/tembus-1-miliar-pengguna-tiktok-hanya-butuh-5-tahun>

setelah Amerika Serikat.¹¹

Gambar 1.1 Grafik Pengguna TikTok di Dunia pada Tahun 2022



Dari data di atas, tidak perlu diragukan lagi bahwa TikTok merupakan aplikasi seluler yang banyak digunakan oleh berbagai macam kalangan usia, dari yang muda sampai tua pun ikut menggunakan dan meramaikan aplikasi TikTok. Mengutip media *Forbes*, lebih dari 60% pengguna aktif TikTok adalah generasi Z, yaitu mereka yang lahir setelah tahun 1996.¹² Hal ini berdasarkan demografi utama pengguna TikTok yang mayoritas berusia 16 hingga 24 tahun dan mencapai hingga 41% dari total pengguna keseluruhan.¹³

Fakta tersebut mendukung bahwa secara pasti terdapat banyak kaum wanita dari generasi Z yang memainkan aplikasi TikTok. Disinilah banyak kaum wanita

¹¹Monavia Rizaty, “Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia”, Artikel diakses pada Senin, 17 Oktober 2022, pukul 13.40 WIB dari

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

¹²Iskandar, “Apa yang Membuat TikTok Disukai Generasi Z?”, Artikel diakses pada Senin, 17 Oktober 2022, pukul 17.00 WIB dari <https://www.liputan6.com/teknoread/4328268/apa-yang-membuat-tiktok-disukai-generasi-z>

¹³<https://ideoworks.id/tiktok-efektifkah-untuk-brand-anda/> diakses pada Senin, 17 November 2022, pukul 17.36 WIB.

terutama dari generasi Z yang menunjukkan dirinya atau berekspresi di sosial media secara terbuka. Kembali lagi bahwa penyebab munculnya *labelling* atau pelabelan adalah karena pandangan dari orang lain kepada satu individu atas tindakannya. Banyak kaum wanita yang menerima pelabelan negatif ini melalui media sosial hanya karena tindakan yang mereka lakukan di media sosial dalam upaya mereka untuk berekspresi secara bebas di internet. Faktor yang juga mendukung para kaum wanita dalam aktif bermain dan berekspresi di media sosial adalah karena banyaknya aktor atau artis yang mereka idolakan juga mengunggah videonya ke platform media sosial terutama TikTok. Aplikasi TikTok memiliki berbagai fitur di dalamnya, para penggunanya dapat membuat video mulai dari yang berdurasi 15 detik hingga 3 menit, dan juga TikTok memiliki *special effects* yang sangat unik dan beragam serta banyak didukung oleh beragam jenis musik sehingga para orang-orang dapat berkreasi dan menciptakan berbagai karya dengan berbagai cara, seperti mulai dari membuat *cinematic video*, berjoget, menunjukkan bakatnya, atau bahkan sekedar curhat. Sehingga hal itulah yang mendorong para pengguna di dalamnya untuk mengungkapkan dirinya melalui cara mereka sendiri-sendiri.

Seiring berkembangnya waktu, konten-konten yang ada di dalam aplikasi TikTok semakin lebih dikenal berisikan konten yang menunjukkan atau menampilkan kehidupan maupun informasi pribadi para penggunanya di dalam video yang viral seperti video FYP (*For Your Page*) di aplikasi TikTok. Belakangan video yang sedang menjadi tren (viral) di aplikasi TikTok adalah video yang berisikan *Woman Sensual Dance* yang biasa di posting dengan tambahan lagu dan kata-kata. Karena konten *sensual dance* sangat diminati di aplikasi TikTok, terbukti dengan data

bahwa dari 698,17 juta pengguna, atau 68,30% nya merupakan pengguna yang TikTok nya berisikan konten *sensual dance*.¹⁴

Woman sensual dance adalah jenis konten yang sangat marak di aplikasi TikTok, konten ini berisikan para perempuan yang *joget/bergoyang* dan biasanya diiringi oleh beragam musik. Namun pada realitas nya, konten *sensual dancing* yang dilakukan oleh kaum wanita pada akhirnya hanya membuat berbagai perubahan hubungan sosial di masyarakat pengguna sosial media, diantaranya seperti munculnya stigmatisasi, *imitative culture*, dan bahkan *labelling negatif* pada perempuan itu sendiri.¹⁵ Pada akhirnya kegiatan kaum wanita di sosial media yang mereka lakukan seperti tindakan *sensual dancing* ini malah memperburuk diskriminasi gender pada perempuan itu sendiri. Memicu timbulnya tindakan pelabelan pada seseorang hanya karena ia melakukan *sensual dancing* di aplikasi TikTok. Hal itu juga menyebabkan posisi wanita selalu menjadi objek marjinalisasi.

Posisi kaum wanita seperti ini, dapat menjadi penyebab soal bagaimana pembentukan pelabelan pada wanita dalam media TikTok. Misalnya adalah *hate speech* atau ujaran kebencian yang mana dalam kasusnya di media TikTok bahwa perempuan yang gemar melakukan *sensual dancing* adalah seorang yang pandai menggoda dengan jogetan erotisnya, bahkan untuk para pengguna yang telah memiliki pasangan. Semua orang atau pengguna Tik Tok memang memiliki hak

¹⁴ Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). *Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture*. Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam, 13(1), 51.

¹⁵ Ibid

untuk berbagi kehidupannya melalui media sosial, tetapi sebagai pengguna yang bijak, kita juga harus bijak dalam mengunggah sesuatu ke media sosial terutama TikTok, jangan sampai postingan yang kita unggah malah pada akhirnya menyerang diri kita sendiri.

Dari beberapa penjelasan diatas yang perlu kita perhatikan adalah selalu menjaga tindakan dan perkataan kita di media sosial. Seperti kata pepatah “*Jempolmu harimaumu*”, karena dalam proses berekspresi di media sosial, terkadang apa yang kita bagikan dapat dimaknai berbeda oleh orang lain dibandingkan dengan kenyataan pada diri kita. Pengungkapan informasi bergantung pada kemampuan dalam mengelola privasi dalam diri. Setiap individu seharusnya mempunyai batasan dalam dirinya ketika mengungkapkan privasi kepada orang lain.¹⁶

Padahal di dalam agama Islam kita juga diajarkan bahwa tidak semua hal pantas untuk kita bagikan informasinya kepada orang lain. Untuk menyikapi dan mencari solusi dari masalah kita, atau ketika kita ingin mencurahkan segala isi dari diri kita, cukup sampaikan hanya kepada Allah SWT.¹⁷

Hal ini sama seperti apa yang dilakukan oleh Nabi Ya'qub a.s. ketika beliau kehilangan putranya, yakni Nabi Yusuf a.s. yang dijelaskan pada Q.S Yusuf : 86

¹⁶ Anya Cahyaning & Rudi Cahyono, “*Perbedaan communication privacy management di media sosial twitter pada remaja dengan tipe kepribadian extrovert & introvert*”, Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Vol 4, No. 01 (April 2015), hal 66

¹⁷ <https://islamkita.co/hukum-curhat/> artikel diakses pada Minggu, 23 Oktober 2022, pukul 20.35 WIB

تَعْلَمُونَ لَا مَا لِلَّهِ مِنْهُ وَأَعْلَمَ اللَّهُ إِلَى وَحُزْنِي بَنِي أَشْكُوا إِنَّمَا قَالَ

Artinya: Dia (Yakub) menjawab, “Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku. Dan aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui”.¹⁸

Dari paparan diatas, peneliti tertarik menjadikan Mahasiswa dari Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai subjek penelitian ini. Hal ini tentunya juga dikarenakan objek penelitian ini adalah media sosial TikTok dan mayoritas pengguna aplikasi tersebut adalah Generasi Z dengan rentang usia 16-24 tahun. Hal tersebut sesuai dengan rentang usia mahasiswa yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Terlebih lagi, mayoritas atau bahkan hampir semua mahasiswa pasti akrab dengan dunia teknologi dan juga menggunakan media sosial sebagai sarana mereka dalam berekspresi, menunjukkan jati diri, atau sekedar berkomunikasi. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana *Labelling Negatif* (Pelabelan Negatif) terjadi di media sosial TikTok terutama pada kaum perempuan yang dalam hal ini peneliti akan menjadikan mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai sumber informasi.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah yaitu, pergeseran cara manusia berkomunikasi antar individu dengan individu lainnya adalah suatu pembahasan atau kajian yang sangat menarik untuk didalami, media sosial adalah media di internet yang memberikan kesempatan bagi

¹⁸ Gramedia, Al-Qur'an QS. Yusuf/12:86

para penggunanya untuk dapat berkomunikasi, berinteraksi, melakukan kerjasama, atau saling berbagi dengan pengguna lain dan membentuk satu hubungan sosial melalui sistem virtual.

Kebebasan dalam mengungkapkan ekspresi atau jati diri kaum perempuan dalam menggunakan TikTok, membuat aplikasi TikTok menjadi media sosial yang memiliki arah fungsi sebagai tempat yang sangat terbuka bagi siapapun untuk berekspresi atau melakukan apapun yang seseorang inginkan. Hal yang dibagikan tersebut seperti tindakan *sensual dancing* yang justru menjadi bumerang bagi kaum perempuan sendiri. Sebagai muslim kita diajarkan bahwa tidak segala hal pantas untuk kita bagikan atau sebarkan ke orang lain, apalagi orang tersebut tidak memiliki hubungan apa-apa dengan diri kita seperti halnya apabila kita membagikan informasi pribadi atau melakukan tindakan tidak senonoh menurut agama Islam ke platform media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Mengenai rumusan masalah yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *labelling negatif* terhadap kaum perempuan melalui video FYP TikTok?
2. Bagaimana *labelling negatif* pada video FYP TikTok berdampak pada kaum perempuan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti telah paparkan, diharapkan nantinya mendapatkan hasil terbaik dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tentang *labelling negatif* bagi kaum perempuan di dalam video FYP TikTok
2. Untuk mengetahui dampak perilaku *labelling negatif* pada kaum perempuan di dalam video FYP TikTok

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberi sumbangsih pemikiran dan data mengenai informasi pelabelan negatif pada kaum perempuan melalui media sosial TikTok. Diharapkan juga agar nantinya mampu memberikan pengembangan ilmu dalam bidang Sosiologi. Dan dapat menjadi sumber referensi bagi pihak yang berkepentingan dalam rangka menyelesaikan permasalahan dengan tema yang serupa atau terkait dengan topik penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini juga dapat diharapkan mampu memberikan wawasan, pengetahuan, dan keilmuan khususnya bagi peneliti sendiri perihal *labelling negatif pada kaum perempuan melalui TikTok*.

Kemudian diharapkan juga mampu memberikan pemahaman dan wawasan kepada civitas akademika di UIN Sunan Gunung Djati Bandung perihal pelabelan negatif kaum perempuan melalui media sosial khususnya TikTok. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan pemahaman terkait *labelling negatif* kepada kaum perempuan atau remaja terkhususnya pengguna Tik Tok, agar dapat lebih bijak dan mampu menggunakan media sosial untuk hal yang lebih positif.

1.5 Kerangka Pemikiran

Media sosial TikTok merupakan suatu bentuk kemajuan teknologi yang mana telah mempengaruhi seluruh manusia modern saat ini. Karena media sosial memiliki berbagai pengaruh bagi satu kelompok maupun individu dalam kehidupan bersosialnya seperti, cara berinteraksi dengan sesama manusia, bagaimana mereka memberikan pandangan terhadap kelompok lain ataupun cara seseorang dalam mencari jati diri mereka melalui media sosial.

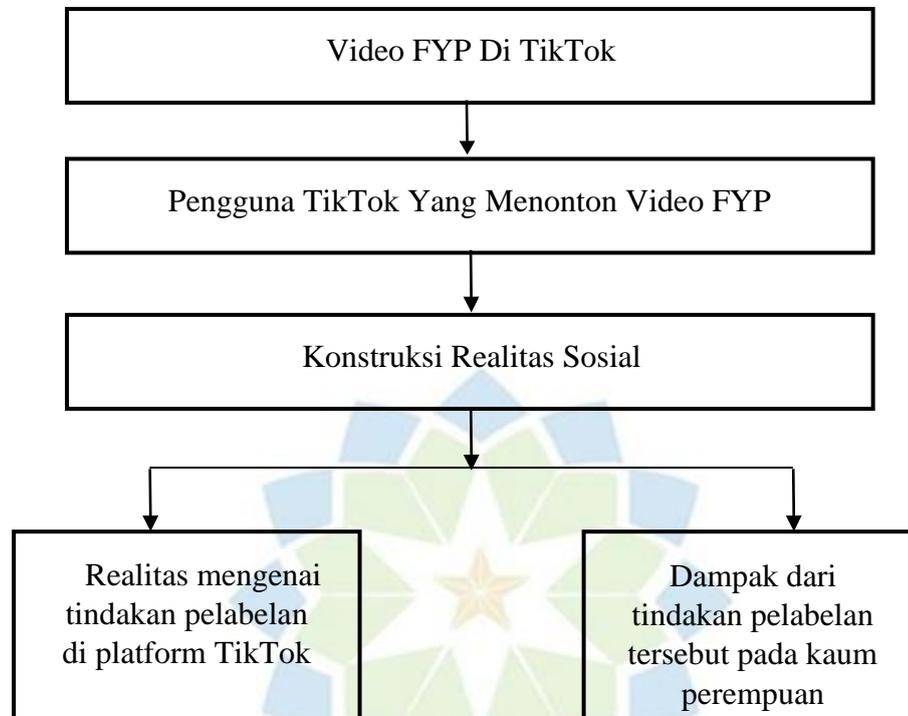
Penelitian ini akan menjadikan video FYP di TikTok sebagai sumber dari masalah yang akan diangkat, kemudian informan dalam penelitian ini tentunya adalah mereka yang menyaksikan video FYP di TikTok dan menyaksikan beberapa konten video yang dianggap mengandung tindakan yang tidak sesuai norma serta informan juga melihat bagaimana tindakan pelabelan negatif yang diberikan orang lain terhadap perempuan di video FYP TikTok tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, dikarenakan hasil dari penelitian ini yang akan dijelaskan menggunakan susunan kata-kata dan juga penelitian ini yang tidak melihat hubungan sebab dan akibat antar variabel.

Dari hal tersebut peneliti akan berusaha mencari tahu bagaimana informan melihat secara objektif tindakan pelabelan negatif tersebut yang kemudian dapat membangun satu pemahaman bersama mengenai perempuan dalam masyarakat. Dalam melihat bagaimana orang-orang atau pengguna Tik Tok tersebut dalam membangun satu pandangan objektif mengenai perempuan maka peneliti akan menggunakan satu teori sosiologi yaitu teori Konstruksi Realitas Sosial pandangan tokoh Peter Ludwig Berger, yang mana peneliti akan melihat bagaimana orang-orang mengkonstruksi satu pemahaman bersama mengenai tindakan pelabelan negatif terhadap perempuan dan kemudian pandangan orang-orang mengenai perempuan berdasarkan pelabelan negatif tersebut melalui 3 tahapan proses internalisasi menurut teori Konstruksi Realitas Sosial.

Setelah peneliti mampu mendapatkan jawaban mengenai bagaimana masyarakat mengkonstruksi satu pemikiran tentang pelabelan negatif terhadap perempuan dan bagaimana masyarakat melihat perempuan. Maka selanjutnya peneliti akan mendapatkan jawaban mengenai realitas dari pelabelan negatif di TikTok seperti bagaimana tindakan tersebut dapat diberikan.

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran



1.6 Hasil Penelitian Terdahulu

Langkah awal yang penulis lakukan sebelum menyusun penelitian skripsi ini menjadi satu karya ilmiah nantinya. Penulis akan melakukan satu kajian dengan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu tersebut adalah penelitian yang memiliki kesamaan pada topik atau tema dengan penelitian yang penulis tulis. Penulis telah mengumpulkan beberapa judul penelitian yang memiliki kesamaan.

1. Penelitian yang dilakukan Ridho Covinda Wahyu Firmansyah membahas tentang bagaimana pelabelan negatif terhadap kaum perempuan di dalam novel Amangkurat Cinta Yang Menikam Karya Rh. Widada. Selanjutnya fokus masalah yang ada di dalam penelitian tersebut yaitu mengenai pelabelan

negatif kepada kaum perempuan akibat dari kuatnya hegemoni kekuasaan. Dalam hasil penelitian dijelaskan bahwa *labelling negatif* ini dapat timbul karena adanya stigma bahwa perempuan kerjanya hanya untuk lelaki yakni seperti, memasak, menghias diri, serta melayani lelaki.¹⁹ Penelitian tersebut menghasilkan beberapa poin pembahasan mengenai bentuk-bentuk pelabelan negatif terhadap kaum perempuan di dalam Novel Gadis-gadis Amangkurat Cinta yang Menikam Karya Rh. Widada yaitu 'Wanita sebagai pelayan lelaki, pemanfaatan cantiknya perempuan, wanita dan sifat lemah lembutnya, sifat keibuan. Selanjutnya ada juga hasil pada penelitian tersebut yang menunjukkan dampak dari pelabelan negatif pada perempuan yaitu timbulnya perasaan depresi dan penderitaan. Persamaan dengan penelitian diteliti ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai *Labelling Negatif* atau Pelabelan Negatif kepada kaum perempuan, namun perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian ini menjadikan novel sebagai objeknya, sementara pada penelitian ini, objeknya yaitu media sosial TikTok. Pembaruan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah pada penelitian ini peneliti menggali informasi mengenai *labelling negatif* terhadap kaum perempuan namun melalui ranah kemajuan teknologi dikarenakan objek pada penelitian ini yaitu media sosial TikTok.

2. Hasna, Ika, dan Nur melakukan penelitian dalam jurnalnya tentang Konsep diri orang dengan HIV dan AIDS (odha) yang menerima label negatif dan

¹⁹ Ridho. *Bentuk-Bentuk Pelabelan Negatif Terhadap Perempuan Dalam Novel GADIS-GADIS AMANGKURAT CINTA YANG MENIKAM* Karya Rh. Widada, Vol 3, No 1 (Maret 2019); h. 40

diskriminasi dari lingkungan sosial. Penelitian ini membahas tentang sisi yang berhubungan dengan *Labelling* Negatif yang diberikan pada satu kelompok terhadap satu individu yaitu, ciri- ciri fisik seseorang, penyakit bawaan seseorang, karakter seseorang, orientasi seksual, etnik, suku, agama dan golongan. Penelitian ini menghasilkan beberapa hasil, yakni diantaranya label negatif yang diterima kedua partisipan dari lingkungannya adalah mayat hidup, pembawa penyakit menular, penyakit kutukan, aib untuk lingkungan sekitar, dan penolakan dari keluarga. Kedua partisipan tersebut juga memiliki pandangan negatif sendiri terhadap diri mereka dan merasa tertolak oleh lingkungan sekitarnya serta mereka cenderung memiliki konsep diri yang negatif seperti merasa tidak berharga, tidak berguna, tidak berdaya, dan penurunan motivasi. Kesamaan yang terletak pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif serta memiliki fokus pembahasan yang sama yaitu pelabelan negatif pada satu individu yang dilakukan oleh individu lain ataupun kelompok. Perbedaannya ada pada fokus teori yang mana penelitian ini menggunakan satu pandangan teori *Labelling* Negatif Howards Becker sedangkan penelitian di jurnal tersebut tidak memiliki satu fokus pemikiran tokoh manapun yang membahas *Labelling* Negatif dan hal tersebut juga menjadikannya satu kekurangan dalam hal karya ilmiah.²⁰ Pembaruan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah pada

²⁰ SARIKUSUMA, Hasna; HASANAH, Nur. Konsep diri orang dengan HIV dan AIDS (ODHA) yang menerima label negatif dan diskriminasi dari lingkungan sosial: Self-concept of people with HIV and AIDS (ODHA) who experience negative labelling and discrimination from their social environment. *Psikologia: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2012, 7.1: 29-40.

penelitian ini peneliti mencari tau tentang tindakan pelabelan namun dari tindakan seseorang dan berbeda dengan penelitian tersebut yang mana proses pelabelan terjadi dikarenakan ciri fisik atau kondisi fisik dari penerima label.

3. Penelitian mengenai *Pengaruh Pelabelan Negatif Terhadap Kepercayaan Diri Peserta Didik Di Mi Muhammadiyah Parang Ma'lengu Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh *Labelling Negatif* atau pelabelan negatif terhadap kepercayaan diri peserta didik di sekolah MI Muhammadiyah Parang Ma'Lengu Kabupaten Gowa. Penelitian ini berfokus pada penelitian kuantitatif. Hasil mengungkapkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan mengenai *labelling* negatif terhadap kepercayaan diri para siswa di MI Muhammadiyah Parang Ma'lengu, berbeda dengan hipotesis yang menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari *labelling* negatif terhadap kepercayaan diri para siswa di sekolah MI Muhammadiyah Parang Ma'lengu.²¹ Kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yang akan dikaji terletak pada fokus temanya yaitu Pelabelan Negatif. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan terdapat pada metode yang digunakannya, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif sementara pada penelitian yang penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Pembaruan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah pada penelitian yang peneliti lakukan hasilnya nanti akan lebih bermanfaat secara luas bagi masyarakat, institusi, maupun dunia

²¹ SAPUTRA, Muh, et al. *Pengaruh Pelabelan Negatif terhadap Kepercayaan Diri Peserta Didik di MI Muhammadiyah Parang Ma'lengu Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa*. 2020. PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

pendidikan. Dikarenakan penelitian ini membahas tentang fakta sosial yang terjadi di media sosial dan umumnya di zaman modern ini hampir semua orang bermain media sosial.

