

lain, menindas orang lain, melakukan tindakan memalakan, atau bahkan menyerang dan melakukan kekerasan secara fisik (mendorong, menampar, memukul). Tindakan *bullying* kerap terjadi pada dunia nyata maupun dunia virtual (termasuk dunia siber) (Nasrullah, 2015).

Cyberbullying merupakan bentuk baru dari perilaku *bullying* dengan karakteristik dan akibat yang sama (Narpaduhita dkk., 2014). Fenomena yang relatif baru yang didefinisikan menjadi perpanjangan tindakan *bullying* yang terjadi melalui pesatnya pemanfaatan teknologi komputer, internet, dan elektronik lainnya (Rigby, 2007). Patchin & Hinduja (2012) menjelaskan bahwa *cyberbullying* merupakan keadaan dimana ketika seseorang berulang kali melakukan tindakan seperti melecehkan, menganiaya, atau mengolok-olok orang lain secara online atau melalui media sosial dan perangkat elektronik lainnya. *Cyberbullying* juga diartikan sebagai tindakan kejam yang dilakukan seseorang kepada orang lain dengan sadar dan sengaja dengan cara menyebarkan dan mengunggah hal sensitif mengenai orang lain sehingga merugikan dan menimbulkan agresi sosial oleh pengguna internet lainnya (Willard, 2005). Menurut Smith dkk. (dalam Chadwick, 2014), *cyberbullying* dilakukan secara sengaja oleh kelompok atau individu menggunakan bentuk kontak elektronik secara berulang kali dan dari waktu ke waktu. Belsey (dalam Chadwick, 2014) juga menjelaskan bahwa *cyberbullying* dapat mengakibatkan kerugian bagi korban akibat perilaku yang disengaja dan berulang yang dilakukan oleh individu dan kelompok. Karakteristik *cyberbullying* memiliki

banyak kesamaan dengan bullying namun berbeda dalam penggunaan teknologi dan orang yang terlibat dimana sebagian besarnya adalah anonim (Chadwick, 2014).

Moutappa dkk. (2004) juga menjelaskan bahwa dalam proses terjadinya tindakan *cyberbullying* terdapat 2 (dua) pihak dalam berlangsungnya tindakan *bullying* maupun *cyberbullying*, yaitu pelaku (*bullies*) atau seseorang yang secara fisik dan emosional melukai orang lain secara berulang-ulang, dan korban (*victims*) atau seseorang yang sering menjadi target dari perilaku agresif dari tindakan yang menyakitkan dan hanya memperlihatkan sedikit pembelaan diri. Selain itu, Kowalski dkk. (2008) menambahkan bahwa dalam proses terjadinya tindakan *cyberbullying* juga terdapat saksi peristiwa (*bystander*) yang berperan sebagai pengamat atau saksi dalam peristiwa *cyberbullying*. Selain itu, *bystander* juga dapat berperan sebagai penghasut pelaku *cyberbullying* atau pembela korban. Dalam

Cyberbullying ditandai dengan adanya suatu penghinaan, karena umumnya salah satu bentuk *cyberbullying* yang kerap terjadi dan dilakukan merupakan sebuah tindakan penghinaan. Tindakan penghinaan tersebut kerap terjadi di media sosial dalam bentuk keterangan atau *caption* pada suatu unggahan di media sosial yang bernada menghina, diskriminasi, mengancam, dan melecehkan, kemudian komentar warganet pada unggahan tersebut yang bernada menghina, diskriminasi, mengancam, dan melecehkan, maupun pesan secara langsung kepada admin atau pengelola akun “hujat otomotif” ataupun

yang bersangkutan dalam bentuk ancaman, cacian, dan penghinaan. Chadwick (2014) membagi *cyberbullying* dalam beberapa bentuk, yaitu:

a. *Harassment*

Perilaku *cyberbullying* yang dilakukan secara berulang kali dengan mengirim pesan yang menyinggung, kasar, dan menghina seseorang dan dikirim hampir setiap saat (SPAM), baik siang dan malam. Pada beberapa kejadian, pelaku *cyberbullying* bahkan mengunggah pesan yang mereka kirimkan kepada korban ke forum publik, media sosial atau di mana saja orang lain dapat melihatnya. Hal ini akan membuat korban merasa terganggu atau terusik.

b. *Denigration*

Tindakan *cyberbullying*, dimana pelaku menyebarkan informasi tentang orang lain yang isinya berupa penghinaan dan bersifat tidak benar melalui unggahan di media sosial, kemudian pesan tersebut dikirimkan juga kepada orang lain melalui email atau pesan instan. Tak hanya itu terkadang, pelaku juga akan mengunggah, menyebarkan, dan mengirim foto seseorang yang telah diubah secara digital untuk mencemarkan nama baik korban dan merusak reputasi korban.

c. *Flaming*

Tindakan *cyberbullying*, dimana pelaku dan korban melakukan perkelahian atau pertengkaran sengit menggunakan pesan elektronik di ruang obrolan, melalui media atau melalui email dengan kata-kata kasar, hinaan, caci-

maki, dan ujaran kebencian. Dalam keadaan ini, penggunaan huruf kapital, gambar, dan simbol akan semakin menambah emosi pada argumen mereka, sehingga hal ini dapat memicu reaksi psikis dari pihak korban dan akan mempengaruhi korban.

d. *Impersonation* (peniruan):

Perilaku *cyberbullying* dimana pelaku melakukan pembobolan atau peretasan email dan akun media sosial milik orang lain serta menggunakan identitas online orang tersebut untuk mengirim atau mengunggah materi yang memalukan mengenai dirinya. Kemudian pelaku juga akan berpura-pura menjadi orang lain atau mengaku sebagai korban yang akun media sosialnya diretas, lalu Ia mengirimkan pesan-pesan atau status yang mengatasnamakan korban dengan tujuan yang tidak baik. Contohnya seperti pesan teks yang berisikan permohonan peminjaman uang dengan mengatasnamakan korban dan hal ini tidak diketahui korban sama sekali.

e. *Masquerading*:

Perilaku *cyberbullying* dimana pelaku berpura-pura menjadi orang lain dengan membuat alamat email palsu, data diri palsu, dan akun media sosial palsu. Kemudian, pelaku akan menggunakan media sosial palsu tersebut untuk menebar ancaman dan mengusik orang lain sehingga seolah-olah ancaman tersebut dikirim oleh orang lain.

f. *Pseudonyms*:

Perilaku *cyberbullying* dimana pelaku menggunakan nama lain untuk merahasiakan identitasnya. Kemudian orang lain yang hanya mengenal mereka dengan nama samaran ini sehingga ketika pelaku melakukan tindakan *cyberbullying* yang mengusik dan merugikan orang lain, korban tidak dapat menemukan identitas asli dari pelaku.

g. *Outing*:

Salah satu bentuk perilaku *cyberbullying* dimana pelaku dengan sengaja menyebarkan rahasia orang lain, atau foto-foto pribadi orang lain tanpa sepengetahuan dari korban, dan memiliki merugikan orang lain.

h. *Trickery* (tipu daya):

Salah satu bentuk perilaku *cyberbullying* dimana pelaku dengan sengaja membujuk seseorang dengan menipunya agar pelaku mendapatkan informasi yang dibutuhkannya seperti rahasia, foto pribadi, atau data diri korban untuk kemudian disebarluaskan ke media sosial atau kepada orang lain.

i. *Cyberstalking*:

Salah satu bentuk perilaku *cyberbullying* yang berupa tindakan pelecehan yang dilakukan berulang kali dengan mengirim pesan yang berisi ancaman bahaya atau yang sangat mengintimidasi, atau terlibat dalam aktivitas online lainnya yang membuat seseorang takut akan keselamatannya. Biasanya pesan dikirim melalui komunikasi pribadi seperti email atau pesan teks. Tak hanya itu, pelaku juga akan meneror korban dengan terus mengganggu dan

mencemarkan nama baik seseorang secara intens sehingga membuat ketakutan besar pada orang tersebut.

Cyberbullying ditandai dengan kemunculan beberapa hal. Menurut Comodeca dan Goosens (2005), salah satu tanda dan karakteristik dalam *cyberbullying* adalah seseorang memiliki kepribadian yang dominan dan menyukai melakukan tindakan kekerasan, temperamental, bersikap impulsif, mudah untuk frustrasi, dan ingin terlihat kuat serta menunjukkan sedikit rasa belas kasihan kepada korban yang menjadi korban dari *cyberbullying*. Selain itu, pelaku *cyberbullying* lebih cenderung melakukan agresi proaktif dibandingkan dengan korban yang cenderung lebih reaktif. Namun, *bullies* juga terkadang memiliki agresi reaktif saat kejadian pembelaan diri apabila berada dalam situasi tertentu seperti adanya ancaman dan merespon reaksi dari korban.

Menurut Nurhadiyanto (2020), terjadinya *cyberbullying* terjadi melalui berbagai tahapan antara lain:

- a. Akses atau kepemilikan akun pada media umumnya dibuat anonim (tanpa identitas). Tidak terdapat informasi yang jelas terkait siapa yang membuat akun? Siapa pemilik akun? Siapa yang mengunggah konten pada akun? Bagaimana konten dibuat pada akun? Dan bagaimana proses terbentuknya akun hingga menjadi media dan pelaku dari tindakan *cyberbullying*?
- b. Membuat dan menyebarkan di media sebagai sarana *cyberbullying*. Sebagai akun anonim, pelaku tindakan *cyberbullying* memanfaatkan akun yang digunakannya sebagai sarana untuk melakukan tindakan yang memiliki unsur

tindakan *cyberbullying* melalui konten-konten yang diunggah. Misalnya konten-konten dengan gambar atau *caption* yang berisikan penghinaan, sindiran, caci-maki, serta tindakan-tindakan yang merugikan psikis dari korban atas tindakan ini.

- c. Memberikan respon terhadap media yang telah disebarluaskan. Respon yang terjadi atas media yang mengandung unsur tindakan *cyberbullying* ini dapat berupa respon pro dan kontra atas tindakan yang dilakukan oleh pemilik akun. Respon pro terjadi dalam bentuk dukungan dari warganet terhadap isi konten yang diunggah oleh pemilik akun yang melkakukan tindakan berunsur *cyberbullying*. Adapun, untuk respon kontra terjadi dalam bentuk kritik, kecaman, sindiran, maupun tindakan yang memiliki unsur *cyberbullying* juga seperti yang dilakukan oleh pemilik akun karena tidak setuju dan tidak terima atas konten yang diunggah oleh akun atau pihak yang melakukan tindakan *cyberbullying*.

Tahapan *cyberbullying* tersebut dapat berlangsung dan bersifat tidak mengikat satu sama lain. Namun syarat utama *cyberbullying* adalah membuat akses atau pembuatan akun anonim di media yang merupakan langkah awal dari *cyberbullying*. Sifat anonim dapat dimiliki oleh *bullies* maupun *bystander*. Adanya media melalui perangkat elektronik dengan bantuan teknologi yang menjadikan *cyberbullying* berbeda dengan *bullying* konvensional.

Selain itu, Patchin dan Hinduja (2012) juga menjelaskan keterlibatan teknologi menjadi unsur yang paling penting dalam tindakan *cyberbullying*. Hal

ini disebabkan oleh teknologi yang dapat mempermudah untuk menggandakan, mendistribusikan dan memperlihatkan suatu konten yang digunakan untuk melakukan tindakan *bullying*. Hal serupa dikemukakan oleh Shariff (2007), dimana salah satu karakteristik *cyberbullying* adalah anonimitas dan *bystander* yang tidak terbatas jumlahnya. Tindakan *cyberbullying* dapat berdampak buruk pada seseorang maupun kelompok. Tindakan *cyberbullying* tersebut dapat dilakukan pada berbagai media, salah satu contohnya adalah media sosial Instagram.

Pada penelitian ini terdapat beberapa teori pendukung yang digunakan peneliti untuk menganalisis perilaku *cyberbullying* pada fenomena “hujat otomotif” di media sosial Instagram ini. Teori *new media* digunakan untuk menjelaskan mengenai media baru yang digunakan sebagai objek penelitian, yaitu Instagram dan subjek penelitian yang juga merupakan pengguna media baru yaitu akun-akun Instagram “hujat otomotif” dan warganet yang merupakan *followers* atau pengikut dari akun-akun “hujat otomotif” tersebut. Kemudian, teori media sosial juga menjadi teori pendukung yang akan digunakan untuk menganalisis motif dan tujuan dari perilaku *cyberbullying* pada fenomena “hujat otomotif” ini yang awalnya dipengaruhi oleh perkembangan dari media sosial itu sendiri.

2. Media Baru

Cyberbullying merupakan suatu fenomena yang muncul di media sosial yang hadir di tengah perkembangan media baru, dan media sosial sendiri juga merupakan salah satu bentuk dari media baru (McQuail, 2011). Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). McQuail juga menjelaskan secara sederhana konsep *new media* atau media baru sebagai media yang menggunakan perangkat komputer sebagai dan bersifat interaktif. Internet merupakan salah satu contoh media yang merepresentasikan sebuah media baru. Internet juga merupakan gabungan dari media cetak dan audio visual. Internet juga menjadi media yang interaktif dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada penggunanya. McQuail menjelaskan mengenai berbagai bentuk dan jenis media komunikasi dan perkembangannya secara luas yang digunakan untuk menjalin komunikasi dengan orang lain. Menurut McQuail sendiri, media baru merupakan seluruh bentuk media komunikasi digital yang tersedia secara luas dan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan mengirimkan pesan. Kemudian menurut Mondry (2008: 13), media baru merupakan media daring berbasis internet yang memanfaatkan jaringan internet, bersifat interaktif dan fleksibel karena dapat diakses dengan mudah untuk saling bertukar informasi. Adapun menurut Creeber dan Martin (2009), media baru merupakan segala bentuk teknologi komunikasi yang memanfaatkan jaringan internet dan komputer digital.

Berdasarkan yang dipaparkan oleh McQuail (2011) media baru memiliki kesamaan dengan media konvensional dimana sama-sama memberikan informasi aktual dan faktual kepada pembacanya seperti pada koran, tabloid, dan majalah. Keduanya baik media baru dan media konvensional tentu memiliki target yang sama agar dibaca dan dilihat oleh banyak orang, namun keduanya memiliki perbedaan yang cukup besar yakni dimana media konvensional tidak cukup aktual atau tidak *real time* dalam menyampaikan berita dan informasi kepada *audience* berbeda dengan media baru yang dapat dengan mudah diakses dan dapat mendapat berita serta informasi secara *real time*. Tak hanya itu, bentuk dari media konvensional juga tidak cukup efisien dan fleksibel, berbeda dengan bentuk media baru seperti portal berita *online* dan media berbasis internet yang dapat dengan diakses melalui *smartphone* dan *laptop*.

Menurut McQuail (2011:143), media baru juga dikelompokkan menjadi lima kategori. Yang pertama, media komunikasi interpersonal yang menyangkut individu dengan individu lainnya seperti telepon, *handphone*, dan *email*. Yang kedua, permainan interaktif seperti komputer, *video game*, dan permainan lainnya yang memanfaatkan jaringan internet. Yang ketiga, merupakan media untuk mencari dan menerima informasi seperti portal berita *online* dan *search engine* seperti Google, Bing, Yahoo, dan lain-lain. Yang keempat, media partisipasi kolektif, atau media yang dapat digunakan untuk bertukar informasi, pesan, pengalaman, dan pendapat yang dimana

penggunanya memiliki tujuan tertentu untuk memperoleh sesuatu seperti afeksi dan perubahan emosional (marah, senang, sedih, tertarik, cemas, dan lain-lain). Yang kelima, hiperteks atau inti dari dokumen di internet. Hiperteks ini tersusun dalam bahasa *markup hypertext* sederhana (HTML) atau menggunakan *hyperlink* baik internal maupun eksternal untuk menghubungkan satu sama lain dan mengirim pesan satu sama lain. Kemudian pesan yang dikirimkan juga dapat disimpan dalam perangkat (*device*) dan dapat dikirimkan dari satu perangkat kepada perangkat lainnya.

Kehadiran media baru dengan segala bentuk dan fungsinya ini tentu saja tidak begitu saja menggeser media lama atau tradisional yang ada selama ini seperti terlihat dalam pengelompokan era perkembangan teknologi komunikasi yang dilakukan oleh Rogers (1986) tampak bahwa keberadaan media baru tidak begitu saja menggeser keberadaan media tradisional yang sampai sekarang tetap dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.

Dengan munculnya media baru, seluruh informasi dapat diterima oleh berbagai macam khalayak. Seperti di media sosial semua orang dapat mengakses dan memperoleh informasi secara cepat dan faktual. Informasi-informasi yang diterima juga bukan hanya sekedar informasi mengenai berita dan informasi mengenai pengetahuan saja, namun pengguna media sosial cenderung menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi mengenai hiburan. Informasi hiburan ini umumnya disediakan khusus oleh akun-akun

tertentu yang memiliki fokus atau tujuan untuk mengunggah konten-konten yang ditujukan untuk menghibur warganet.

Konten-konten hiburan yang diunggah oleh akun-akun ini tentunya juga memiliki tujuan untuk menarik jumlah *followers* dari warganet agar jumlah *followers* pada akun-akun tersebut terus bertambah. Maka dari itu akun-akun tersebut perlu untuk mensegmentasikan konten-konten serta unggahan mereka. Dalam hal ini, akun-akun “Hujat Otomotif” di Instagram mensegmentasikan konten-konten yang mereka unggah hanya terkait konten berbentuk video maupun gambar yang menghina kendaraan maupun pengguna kendaraan tersebut yang melakukan kesalahan atau ugal-ugalan ketika berkendara sehingga tak jarang merugikan diri sendiri bahkan juga merugikan orang lain.

3. Media Sosial

Berdasarkan kategori media baru yang dikelompokkan oleh McQuail (2011), media sosial merupakan salah satu bentuk dan turunan dari media baru dimana masing-masing individu dapat dengan mudah untuk saling bertukar pesan, informasi, dan konten interaktif menggunakan media sosial ini. Begitu juga dengan perilaku *cyberbullying* yang terjadi media sosial, pelaku tindakan *cyberbullying* dapat dengan leluasa melakukan tindakannya tersebut tanpa memikirkan dampak dan akibatnya pada orang lain karena pertukaran informasi dan pesan yang sangat dinamis. Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015) menyatakan media sosial adalah *platform media* yang memiliki fokus pada eksistensi

pengguna yang dapat beraktifitas dan berkolaborasi pada media tersebut. Kemudian, Watie (2011) menyatakan media sosial merupakan bagian dari media baru, dimana orang-orang dapat saling bertukar pesan dan informasi, serta berkolaborasi dalam media tersebut. Adapun karakteristik media sosial (Nasrullah, 2015) adalah sebagai berikut:

a. Jaringan

Jaringan sebagai sebuah koneksi yang diperlukan untuk komunikasi termasuk dalam pertukaran informasi dan perpindahan data.

b. Informasi

Informasi sebagai entitas yang esensial pada media sosial karena pengguna dapat memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

c. Arsip

Arsip sebagai karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang ada telah tersimpan dan menjadi jejak digital serta dapat diakses kapanpun.

d. Interaksi

Interaksi sebagai hubungan antara pengguna yang memiliki tujuan untuk memperluas dan membangun interaksi antara pengguna baik itu dalam pertemanan maupun pengikut.

e. Simulasi Sosial

Simulasi sosial sebagai medium berlangsungnya komunikasi di dunia virtual yang memiliki keunikan dan pola yang beragam dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Pada media sosial sendiri, konten merupakan milik dan kontribusi pemilik akun. *User-generated content* merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan keleluasaan pengguna dalam berpartisipasi dan berkreasi

Kemudian, Nasrullah (2015) memaparkan, bahwa terdapat enam kategori dalam media sosial, yaitu:

a. Media Jejaring Sosial

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer di kalangan pengguna. Melalui media ini, pengguna dapat melakukan hubungan sosial. Setiap pengguna dapat membentuk serta memperluas jaringan pertemanan atau komunitas. Beberapa contoh media jejaring sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, Facebook, dan Linked In.

b. *Blog*

Media sosial ini memungkinkan pengguna dapat membagikan aktivitas dan informasi, saling berkomentar dan berbagi, baik terhadap tautan blog lain dan sebagainya. Beberapa contoh media sosial ini adalah wordpress atau blogspot.

c. Jurnal online sederhana

Tidak jauh berbeda dengan *blog*, media ini memfasilitasi pengguna untuk menulis dan membagikan kegiatan atau pendapat. Contohnya adalah Twitter.

d. Media berbagi

Media sosial ini memfasilitasi pengguna untuk membagikan media berupa dokumen, video, audio, gambar dan sebagainya, contoh media ini adalah Youtube.

e. Penanda sosial

Media sosial ini mampu untuk mengelola, menyimpan serta mencari informasi atau berita tertentu secara online, contohnya adalah LintasMe.

f. Media konten bersama

Media sosial ini merupakan situs hasil kolaborasi antara beberapa pengguna, salah satu contohnya adalah wikipedia yang menyajikan pengertian, sejarah, biografi hingga rujukan buku.

Media sosial telah dapat membentuk suatu pola perilaku pada semua aspek di kehidupan. Media sosial dapat menjadi wadah untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web. Media sosial juga berfungsi sebagai transformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audience. Selain itu, Puntoadi (2011:6) mengatakan bahwa media sosial dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas.

F. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu dasar atau acuan dari sebuah penelitian. Dalam kerangka konsep pada penelitian ini, dijelaskan alur dari konsep-konsep yang akan dirancang oleh peneliti berdasarkan beberapa teori yang menunjang topik penelitian ini pada bagian kerangka teori sebelumnya. Mengacu pada gagasan yang dikemukakan oleh Patchin dan Hinduja (2012) serta Nasrullah (2015), konsep dari *cyberbullying* ditandai dengan adanya sebuah bentuk penghinaan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui perangkat media sosial atau media *online* serta munculnya dampak negatif dari tindakan *cyberbullying* ini. Berdasarkan beberapa definisi dan hal-hal terkait perilaku *cyberbullying* yang telah dipaparkan pada kerangka teori, peneliti mengartikan *cyberbullying* sebagai suatu tindakan perundungan dan penghinaan oleh seseorang kepada orang lain melalui media sosial berbasis internet dengan cara mengunggah hal-hal sensitif (privasi), penghinaan secara langsung, dan mengambil data secara diam-diam tanpa ada persetujuan terlebih dahulu dari pihak terkait (*stalking*), sehingga, dari tindakan ini akan sangat merugikan pihak korban.

Dari keempat akun hujat otomotif yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini, terdapat konten dan tindakan dari pihak akun hujat otomotif yang sesuai dengan bentuk-bentuk *cyberbullying* oleh Dewi dan Purwani (2014: 4) pada bagian kerangka teori sebelumnya. Peneliti melihat adanya keterkaitan pada bentuk dan tindakan *cyberbullying* yang dilakukan oleh keempat akun hujat otomotif tersebut dengan bentuk-bentuk *cyberbullying* yang dimaksud. Adapun alasan peneliti memilih keempat akun tersebut karena keempat akun tersebut memiliki jumlah *followers* atau pengikut

yang banyak dengan jumlah diatas 3000 pengikut yang artinya setiap kali mengunggah konten, keempat akun tersebut dapat menjangkau banyak pihak dan memungkinkan untuk mendapatkan lebih banyak pengikut dari konten unggahan mereka.

Menurut peneliti, meskipun hanya memilih 4 akun hujat otomotif yang akan diteliti, peneliti yakin dengan jumlah masing-masing *followers* diatas 3000 akun, maka sumber data yang akan peneliti dapatkan dari masing-masing akun akan lebih kredibel karena kemungkinan akun yang dijangkau setiap kali mereka mengunggah konten akan cukup banyak. Tak hanya itu, terlebih karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, peneliti akan berfokus pada kualitas dan kedalaman data yang akan peneliti dapatkan ketika peneliti akan melakukan proses penelitian kepada admin dari keempat akun hujat otomotif tersebut. Berikut bentuk dan tindakan *cyberbullying* yang terdapat pada produksi konten 4 akun hujat otomotif yang akan diteliti:

a. *Harassment*

Bentuk *harassment* terdapat ketika akun-akun hujat otomotif mendapatkan hinaan, teguran, dan ancaman atas konten-konten yang mereka unggah namun dianggap oleh beberapa individu sebagai konten yang menyinggung mereka. Karena terkadang sebuah komunitas juga merasa tersinggung akibat konten-konten yang diunggah oleh akun hujat otomotif, kemudian tidak sedikit pula akun-akun hujat otomotif ini menerima berbagai bentuk rasa tidak terima seperti hinaan, caci maki, dan ancaman dari berbagai pihak

b. *Denigration*

Pada akun-akun hujat otomotif ini, bentuk *denigration* terdapat pada beberapa konten yang mereka unggah dengan mengumbar keburukan pengendara sepeda motor yang berkendara dengan ugal-ugalan serta membahayakan keselamatan pengendara lain. Namun dari unggahan akun hujat otomotif tersebut, konten tersebut cenderung mengajak pengikut untuk turut mengomentari dan menghina perilaku pengendara motor tersebut, meskipun seringkali pengikut akun hujat otomotif ini tidak sadar ketika mereka memberikan komentar negatif dan cenderung menghina.

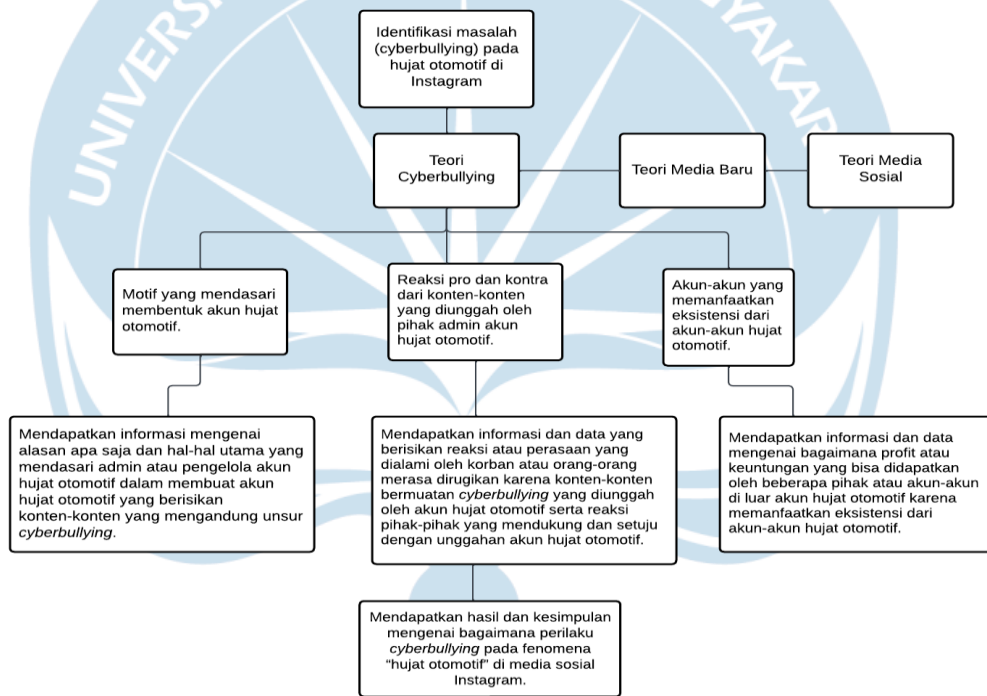
c. *Flaming*

Bentuk *flaming* terdapat pada konten-konten yang diunggah oleh akun-akun hujat otomotif yang memuat konten-konten berisikan hinaan kepada pihak-pihak yang seringkali berkendara ugal-ugalan di jalan dan membahayakan pengendara lainnya serta hinaan pada salah satu produk manufaktur juga dengan menyinggung para pengguna produk dari manufaktur tersebut, sehingga terdapat pihak yang sakit hati dengan unggahan tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan kerangka teori pada bagian media baru, secara keseluruhan teori *new media* membahas dan menjelaskan mengenai berbagai bentuk media baru dan karakteristiknya. Media baru juga ditandai dengan adanya media komunikasi digital atau media yang memanfaatkan jaringan internet untuk saling mengirim pesan kepada orang lain. Berdasarkan kerangka teori tersebut, peneliti memahami bahwa media baru merupakan seluruh bentuk perkembangan media

komunikasi dari yang semula berupa media komunikasi konvensional, kini menjadi media digital yang memanfaatkan jaringan internet, serta media komunikasi yang awalnya hanya memiliki jangkauan yang terbatas, kini memiliki jangkauan yang lebih luas.

GAMBAR 1.12
Kerangka konsep penelitian



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam kerangka konsep ini, peneliti akan mengkonsepkan teori media baru dengan topik penelitian ini. Dari keempat akun hujat otomotif yang telah peneliti paparkan di bagian latar belakang, peneliti menemukan adanya keterkaitan pada topik penelitian ini dengan teori media baru. Akun-akun hujat otomotif tersebut memanfaatkan Instagram yang merupakan bentuk dari media baru untuk

menyampaikan pesan berupa konten foto atau video yang mereka unggah agar dapat dilihat oleh khalayak baik yang merupakan pengikut maupun yang bukan pengikut, karena dengan menggunakan Instagram, jangkauan *audience* dari konten yang mereka unggah dapat lebih luas. Kemudian, karena menggunakan Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan, konten atau pesan yang diunggah oleh akun-akun hujat otomotif ini dapat dilihat kembali dan disebarluaskan kembali.

Berdasarkan teori media sosial yang telah peneliti paparkan sebelumnya dalam bagian kerangka teori, peneliti mengartikan media sosial sebagai wadah atau media maya yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lainnya baik untuk berkomunikasi maupun saling bertukar informasi. Media sosial sendiri memiliki 6 (enam) karakteristik seperti yang dijelaskan oleh Nasrullah (2015) pada bagian kerangka teori yaitu adanya jaringan (internet), informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten.

Dari pengamatan peneliti pada keempat akun hujat otomotif tersebut, didapati beberapa keterkaitan dengan 6 (enam) karakteristik media sosial seperti yang telah dipaparkan oleh Nasrullah. Yang pertama, akun hujat otomotif membutuhkan jaringan untuk mengakses dan mengunggah konten mereka, jaringan yang dimaksud merupakan koneksi internet. Yang kedua, akun-akun hujat otomotif memerlukan informasi dari luar atau informasi yang dapat dijadikan konten. Yang ketiga, dalam akun-akun hujat otomotif ini, setiap konten baik foto maupun video tersimpan dan terarsip dengan rapi. Yang keempat, terdapat interaksi pada akun-akun hujat otomotif ini, karena terdapat reaksi seperti komentar dan *direct message* pada setiap konten yang diunggah oleh

mereka. Yang kelima, terdapat simulasi sosial dimana dalam reaksi pada setiap konten-konten yang diunggah secara tidak langsung terbentuk pola komunikasi antara pelaku, korban, dan saksi atau pihak ketiga dari perilaku *cyberbullying*. Yang terakhir, terdapat konten yang diunggah oleh admin akun hujat otomotif yang didapatkan baik dari pengikut maupun dari akun hujat otomotif lainnya, dan orang lain yang bukan merupakan pengikut juga dapat berpartisipasi untuk mengirimkan foto atau video yang dapat dijadikan konten oleh admin akun hujat otomotif.

Selanjutnya, dari teori *cyberbullying*, teori media baru, dan teori media sosial, peneliti akan memaparkan apa saja yang harus diteliti dari topik perilaku *cyberbullying* pada akun-akun hujat otomotif ini, terkait dengan teori-teori yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini. Yang pertama, peneliti akan mencoba mengeksplorasi mengenai motif-motif apa saja yang mendasari atau alasan admin-admin akun hujat otomotif membentuk akun hujat otomotif ini dan mengunggah konten-konten *cyberbullying*. Kemudian, dari motif yang didapat, peneliti akan mengkonsepkannya dengan bentuk-bentuk *cyberbullying* yang memiliki keterkaitan dengan isi dari keempat akun hujat otomotif tersebut. Yang kedua, peneliti akan menggali lebih dalam mengenai reaksi korban dari konten-konten yang diunggah oleh pihak admin akun hujat otomotif, kemudian hasil dari temuan data ini akan peneliti konsepkan dengan teori *cyberbullying*. Yang ketiga, peneliti akan menggali informasi mengenai akun-akun yang memanfaatkan eksistensi dari akun-akun hujat otomotif ini untuk mempromosikan produk dan jasa yang mereka jual, karena dari keempat akun hujat otomotif yang diteliti, tiga diantaranya dijadikan sarana promosi oleh beberapa akun

untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Kemudian, hal ini akan peneliti konsepkan dengan teori media baru dan media sosial, karena terdapat hal-hal yang perlu digali lebih dalam dan memiliki keterkaitan dengan dua teori tersebut.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dengan narasumber. Penelitian berjenis kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010:4). Berdasarkan yang dipaparkan oleh Van Maanen (dalam Merriam, 2009: 13), penelitian kualitatif merupakan sebuah istilah yang meliputi berbagai teknik untuk menginterpretasikan suatu fenomena yang ada di dalam dalam dunia sosial dengan menekankan untuk memahami makna bukannya frekuensi atau kuantitas. Adapun Menurut Ardianto (2016) Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan melakukan penalaran dari berbagai data, sumber, maupun informasi yang dapat menunjang penelitian, kemudian data-data tersebut dikembangkan berdasarkan teori dan interpretasi penelitiannya.

Proses penelitian kualitatif ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para

partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema yang khusus ke tema umum, dan kemudian dari beberapa pertanyaan, penulis dapat menafsirkan makna data (Creswell, 2010:4-5). Penelitian deskriptif kualitatif ini dipilih karena melalui penelitian ini dapat dipahami mengenai masalah dan mengeksplorasi motif admin-admin hujat otomotif melakukan tindakan *cyberbullying* dengan cara mengumpulkan data spesifik dari admin-admin akun hujat otomotif, pihak korban dari konten unggahan akun hujat otomotif, serta pihak ketiga atau saksi yang peneliti pilih dari beberapa pegiat otomotif yang telah peneliti pilih sebagai objek penelitian sebelumnya. Setelah melakukan eksplorasi dan penggalian data, maka akan diidentifikasi apa dan bagaimana motif dari munculnya perilaku *cyberbullying* pada akun-akun hujat otomotif.

2. Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2013) memaparkan, metode penelitian merupakan cara ilmiah yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal dan dapat dijelaskan secara logika, sehingga terjangkau oleh proses penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati dan dicerna oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan dalam penelitian. Sistematis berarti, proses yang digunakan

dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis dan masuk akal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Kriyantono (2014) memaparkan metode penelitian deskriptif-kualitatif sebagai metode yang digunakan untuk mengevaluasi situasi atau masalah yang menjadi objek penelitian dengan melakukan interpretasi serta penggambaran dari data-data yang ada sehingga peneliti bisa mendapatkan gambaran umum atas fenomena yang digali. Metode penelitian deskriptif-kualitatif menggunakan analisis mendalam dan spesifik dalam konteks tertentu. Moleong (2010) juga memaparkan metode penelitian deskriptif-kualitatif dilakukan dengan memanfaatkan data-data yang ditemukan di lapangan seperti perkataan, angka-angka, maupun visualisasi gambar pada hasil catatan lapangan, baik dalam bentuk video, maupun foto yang kemudian dianalisis.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode deskriptif-kualitatif, karena peneliti membutuhkan metode dasar untuk mengobservasi fenomena hujat otomotif dan perilaku *cyberbullying* di dalamnya. Untuk melakukan hal tersebut, peneliti perlu memanfaatkan data-data yang ditemukan di lapangan seperti jenis konten yang mengandung unsur tindakan *cyberbullying*, respon maupun jawaban admin akun hujat otomotif sebagai subjek dalam penelitian ini, maupun data penunjang lainnya dalam penelitian ini yang dapat peneliti temukan dengan melakukan wawancara

dengan subjek penelitian, serta melakukan observasi mendalam dan pengamatan pada objek penelitian.

Selain menggunakan metode deskriptif-kualitatif, peneliti juga menekankan penggunaan aspek *coding* dalam penelitian ini. Aspek *coding* merupakan proses dimana data yang didapatkan dalam penelitian baik dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi dipotong dan diklasifikasikan sesuai dengan masing-masing segmen penelitian kualitatif agar peneliti dapat lebih fokus dalam melakukan analisis data (Stevens, 2023: 53). Stevens (2023: 53) juga menjelaskan, dengan Aspek *coding* selain membantu peneliti untuk lebih fokus dalam melakukan analisis data, peneliti juga secara bersamaan mengembangkan interpretasi dan pemahaman terkait fenomena tertentu.

Aspek *coding* sendiri memiliki 3 jenis pendekatan yang berbeda namun ketiganya tetap memiliki keterkaitan dan interkasi satu sama lain (Stevens, 2023: 53).

a. Mengurangi teks menjadi kode-kode yang bermakna

Aspek *coding* digunakan ketika peneliti sudah melakukan proses wawancara dan sudah mentranskripkan isi dan data yang didapat dari hasil wawancara. Hasil dari data yang peneliti sudah dapatkan, peneliti tidak akan langsung mengumpulkan dan atau melanjutkan ke proses analisis data melainkan, peneliti akan mengumpulkan Sebagian kecil data terlebih dulu.

Dalam proses ini, tujuan pertama atas aspek *coding* digunakan untuk memecah data utama hasil transkrip wawancara mengelompokkan serta mengkategorikan menjadi bagian yang lebih kecil dan lebih bermakna serta memiliki pesan komunikasi. Jadi, dalam proses pengumpulan data, peneliti dapat lebih berfokus untuk mendapatkan jawaban utama dari narasumber yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Tak hanya itu, Aspek *coding* ini juga membantu peneliti dalam membuat pertanyaan-pertanyaan wawancara yang lebih efektif dan tidak mengarahkan narasumber.

b. Mengurangi dan mengintegrasikan kode-kode tersebut

Dalam proses ini, hasil dari aspek *coding* mengurangi teks menjadi kode-kode yang bermakna dikembangkan kembali. Namun dalam fase ini, kode-kode yang sebelumnya sudah dikategorikan maupun diklasifikasikan akan diproses dengan cara membandingkan dan menyelidiki lebih dalam terkait hubungan antara kode-kode yang sebelumnya sudah dikembangkan pada fase sebelumnya. Hal ini bertujuan agar kode-kode tersebut aling terintegrasi satu sama lain. Pada saat yang sama juga, peneliti juga terlibat dan melakukan proses pada pengurangan data (kode) dengan meninggalkan kode-kode yang dirasa memiliki sedikit atau sama sekali tidak memiliki nilai teoritis dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Membangun teori yang terfokus pada suatu fenomena

Dalam proses ini, peneliti dihadapkan untuk memutuskan fokus dari pertanyaan penelitian yang akan peneliti kembangkan. Pada fase ini, peneliti akan diarahkan untuk kembali ke proses *coding* sebelumnya dimana peneliti perlu mengkaji ulang atas data-data yang peneliti temukan dan bahkan juga memerlukan data tambahan yang diperlukan dalam menunjang penelitian ini. Namun dari sini sudut pandang dan arah dalam penelitian ini dapat lebih peneliti perjelas dan fokuskan pada tema dan sesuaikan agar dapat menjawab secara komprehensif rumusan masalah penelitian ini.

Dalam fase ini juga, peneliti juga harus memutuskan bahwa akan terdapat beberapa data hasil *coding* yang tidak diperlukan atau digunakan dalam penelitian ini. Namun, karena adanya penyimpanan pada data (kode) yang peneliti lakukan, maka data yang peneliti dapatkan akan menjadi lebih relevan dengan penelitian ini. Dari sini, peneliti dapat membuat matriks penelitian dan alur penelitian secara lebih meruntut agar hasil data yang peneliti dapatkan sesuai dengan teori yang peneliti gunakan.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan diadakan di sekitar wilayah JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) yang menjadi

area utama perilaku *cyberbullying* pada fenomena Hujat Otomotif ini dilakukan.

4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan tempat variabel melekat. Subjek penelitian adalah tempat di mana data untuk variabel penelitian diperoleh (Arikunto, 2010). Adapun, menurut Idrus (2009: 91) subjek penelitian merupakan individu, benda, atau organisme yang berperan sebagai sumber informasi dalam pengumpulan data penelitian. Subjek dari penelitian ini terdiri dari beberapa informan yang tidak ingin disebutkan identitas aslinya selaku admin akun Instagram Hujat Otomotif, namun hasil wawancara dengan informan dapat peneliti pertanggungjawabkan baik keaslian data dan nilai-nilai yang berkaitan dengan bidang akademis dalam penelitian ini. Narasumber yang menjadi subjek utama dalam penelitian ini yaitu:

a. Admin akun Instagram @hujatbaper

Admin akun @hujatbaper ini memiliki jangkauan dan jumlah *followers* dan *audience* terbanyak sejauh ini dibandingkan beberapa akun-akun bertemakan hujat otomotif lainnya. Akun ini sendiri sudah mulai mengunggah konten-konten hujat otomotif sejak tahun 2020. Akun @hujatbaper ini juga merupakan salah satu akun yang lebih sering mengunggah unggahan yang berorientasi mengedukasi

warganet akan bahaya kecelakaan di jalan raya akibat berkendara ugal-ugalan dan ceroboh di jalan raya.

b. Admin akun Instagram @_hujatotomotifofficial

Akun @_hujatotomotifofficial merupakan salah satu akun hujat otomotif yang aktif dalam mengunggah foto dan video baik yang memiliki unsur menyinggung dan menghina serta foto atau video mengenai kejadian faktual seperti berkendara ugal-ugalan, pameran kendaraan, kecelakaan dalam berkendara, dan lain-lain.

c. Admin akun Instagram @hoi.indonesia

Akun @hoi.indonesia merupakan salah satu akun hujat otomotif yang aktif dalam mengunggah foto dan video baik yang memiliki unsur menyinggung dan menghina serta foto atau video mengenai kejadian faktual seperti berkendara ugal-ugalan, pameran kendaraan, kecelakaan dalam berkendara, dan lain-lain.

d. Admin akun Instagram @hujat_otomotif2

Akun @hujat_otomotif2 merupakan salah satu akun hujat otomotif yang aktif dalam mengunggah foto dan video baik yang memiliki unsur menyinggung dan menghina serta foto atau video mengenai kejadian faktual seperti berkendara ugal-ugalan, pameran kendaraan, kecelakaan dalam berkendara, dan lain-lain.

e. Pihak-pihak yang dirugikan karena konten akun hujat otomotif

Pihak-pihak yang dirugikan oleh konten-konten yang diunggah merupakan warganet atau pemilik dari konten berupa foto atau video yang kontennya di-repost ulang oleh akun-akun hujat otomotif tanpa adanya persetujuan dari mereka, dan konten-konten yang diunggah kemudian bersifat hinaan karena juga mengundang warganet lainnya untuk menghina konten mereka.

Dalam memilih subjek penelitian, peneliti memiliki alasan khusus mengapa memilih keempat admin dari akun hujat otomotif yang peneliti sebutkan sebelumnya.

5. Objek Penelitian

Objek penelitian berdasarkan yang dipaparkan oleh Supriyati (2015: 44) merupakan variabel yang dipilih dan akan diteliti oleh peneliti di tempat penelitian akan dilakukan oleh peneliti tersebut. Adapun menurut Sugiyono (2012: 144), objek penelitian merupakan target atau sasaran ilmiah untuk mendapatkan data, pesan, dan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan kredibel. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan akun-akun Instagram hujat otomotif yang konten-konten unggahannya mengandung unsur *cyberbullying* dan fenomena munculnya istilah hujat otomotif dan kemunculan akun-akun Instagram hujat otomotif.

6. Teknik Pengumpulan Data

Data yang peneliti kumpulkan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara secara detail dan mendalam kepada beberapa narasumber yang telah peneliti jelaskan sebelumnya yang menjadi subjek utama dan yang memiliki keterkaitan terhadap perilaku *cyberbullying* pada fenomena Hujat Otomotif. Peneliti juga menggali beberapa informasi dan data pendukung lainnya terkait perilaku *cyberbullying* pada fenomena Hujat Otomotif dengan observasi dan studi dokumentasi. Jenis pengumpulan data dibagi menjadi dua, yakni sebagai berikut.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber atau subjek dan objek penelitian (Umar, 2003: 56). Data primer didapat melalui proses wawancara dan penggalan informasi secara mendalam terhadap subjek penelitian terkait perilaku *cyberbullying* pada fenomena Hujat Otomotif. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang menjadi subjek data primer pada penelitian ini sebagai sebagai teknik pengumpulan data karena dapat lebih memperdalam informasi yang akan peneliti dapatkan nantinya dalam penelitian ini. Teknik wawancara mendalam ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam mengenai perilaku *cyberbullying* pada fenomena hujat otomotif ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung atau data yang secara tidak langsung yang peneliti kumpulkan untuk menunjang data primer dalam penelitian ini. Contohnya, proses pengambilan data untuk keperluan penelitian harus melalui orang lain atau subjek utama dalam penelitian. Adapun, data sekunder ini diperoleh melalui observasi yang dilakukan terhadap beberapa sumber seperti buku, jurnal, catatan-catatan yang berada di internet, maupun media sosial yang memiliki hubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2005: 62). Dalam penelitian ini, data sekunder yang merupakan data pendukung, diperoleh dengan melakukan observasi melalui *website*, dokumen dan jurnal-jurnal mengenai *cyberbullying*, serta studi dokumentasi melalui wawancara dengan narasumber, dan produksi konten komunikasi melalui unggahan konten di media sosial dan komentar pada beberapa akun Hujat Otomotif.

7. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis model Miles dan Huberman (dalam Pawito, 2007: 14) yang terdiri dari tiga komponen yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data dari data-data murni yang

didapatkan di lapangan. Tahap ini membantu analisis yang menajamkan dan memfokuskan data-data yang dibutuhkan dari banyaknya data yang didapatkan.

Dalam penelitian ini, proses reduksi data terjadi ketika peneliti telah melakukan proses pengumpulan data di lapangan di wilayah JABODETABEK. Reduksi data ini dilakukan untuk mengelompokkan hasil data yang peneliti dapatkan, memilih bagian jawaban narasumber terkait perilaku *cyberbullying* pada fenomena hujat otomotif yang mendukung penelitian, dan mengesampingkan namun tetap menyimpan data-data dari jawaban yang tidak sesuai dengan penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang telah tersusun dapat membantu menarik kesimpulan dan menentukan tindakan. Dalam tahap ini, data disajikan berupa matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Penyajian data merupakan bagian dari analisis.

c. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan yang ada diverifikasi atau dibuktikan kebenarannya selama penelitian berlangsung. Data-data yang didapat ditinjau ulang sehingga bersifat valid. Penulis akan memasuki tahap menarik kesimpulan dan verifikasi setelah proses penyajian data. Hasil penelitian mengenai proses komunikasi interpersonal akan

dimaknai dengan memperhatikan pola-pola, penjelasan, dan alur sebab-akibat yang ditemui di lapangan. Selain itu, proses menguji kebenaran atau validitasnya adalah tahap akhir yang tak dapat dilepaskan dalam analisis. Hal ini dapat dilakukan dengan meninjau ulang hasil penelitian dengan teori yang telah dipilih.

Peneliti mengelompokkan dan meringkas data yang didapatkan melalui wawancara mendalam. Temuan data tersebut kemudian diuraikan dan dikaitkan satu sama lain sehingga dapat menyajikan sebuah data yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.