

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam pola komunikasi masyarakat modern. Kehadiran media sosial menggeser model komunikasi konvensional yang bersifat satu arah menjadi komunikasi yang interaktif, partisipatif, dan berlangsung secara real-time. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang publik digital tempat individu dan kelompok mengekspresikan opini, emosi, serta penilaian sosial terhadap berbagai isu, figur publik, dan produk komersial (McQuail, 2019).

Dalam hal ini, media sosial berperan penting dalam pembentukan opini publik. Opini yang sebelumnya terbentuk melalui media massa arus utama kini dapat berkembang secara organik melalui interaksi antarpengguna. Menurut Habermas (1993) dalam (Ifna Dini Rizkiyah, 2025), ruang publik digital memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam diskursus terbuka tanpa batas geografis, namun pada saat yang sama membuka peluang terjadinya polarisasi opini dan eskalasi sentimen negatif. Media sosial menciptakan dinamika komunikasi yang cepat dan sulit dikendalikan, di mana persepsi publik terhadap suatu individu atau produk dapat berubah secara drastis dalam waktu singkat.

Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik saat ini adalah TikTok. TikTok dikenal sebagai media berbasis video pendek yang mengandalkan algoritma distribusi konten berbasis engagement pengguna. Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai platform yang sangat efektif dalam menciptakan fenomena viral. Konten yang mendapat respons tinggi, baik positif maupun negatif, akan terus didorong oleh algoritma sehingga menjangkau audiens yang lebih luas (Kaye et al., 2021).

Selain konten video, kolom komentar di TikTok menjadi elemen penting dalam proses komunikasi digital. Kolom komentar berfungsi sebagai ruang dialog publik di mana pengguna dapat menyampaikan opini, kritik, dan evaluasi terhadap konten yang mereka konsumsi. Menurut Papacharissi (2015), komentar di media

sosial merupakan bentuk ekspresi afektif yang mencerminkan kondisi emosional dan sikap sosial pengguna terhadap suatu isu. Dengan demikian, komentar tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga berperan dalam membentuk narasi kolektif dan opini publik.

Dalam praktiknya, tingginya tingkat partisipasi pengguna di kolom komentar sering kali diiringi dengan munculnya komentar negatif. Komentar negatif dapat berupa kritik, keluhan, sindiran, sarkasme, hingga penilaian yang merendahkan. Fenomena ini semakin diperkuat oleh budaya anonimitas relatif di media sosial yang mendorong pengguna untuk lebih berani mengekspresikan emosi dan pendapat tanpa mempertimbangkan dampak sosial secara langsung (Suler, 2015)

Lim & Soriano (2016) menjelaskan bahwa perilaku pengguna media sosial tidak selalu didorong oleh ketertarikan positif terhadap konten, melainkan juga oleh dorongan emosional untuk menonton dan merespons konten yang dianggap buruk, kontroversial, atau menjengkelkan. Fenomena ini dikenal sebagai *hate-watching*, yaitu perilaku konsumsi konten negatif yang bertujuan untuk menyalurkan emosi, membangun identitas sosial, atau mengikuti arus diskursus publik. Penelitian Hidayat dan Santoso (2023) menunjukkan bahwa sekitar 68% pengguna media sosial di Indonesia pernah terlibat dalam konsumsi dan interaksi terhadap konten yang mereka nilai negatif, terutama melalui komentar dan reaksi emosional.

Fenomena komentar negatif di TikTok menjadi semakin relevan ketika melibatkan figur publik dan produk komersial. Figur publik sering kali diposisikan sebagai representasi personal dari produk atau brand yang mereka tawarkan. Ketika figur publik tersebut menerima kritik, komentar negatif tidak hanya diarahkan pada produk, tetapi juga pada identitas, sikap, dan kredibilitas personal mereka (Marshall, 2014) dalam Swapnil Rai (2018). Hal ini menjadikan komentar negatif sebagai faktor penting dalam pembentukan citra publik di era digital.

Penelitian mengenai perilaku netizen dalam memberikan komentar di media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Musi (2025) membahas mengenai personal branding figur publik di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan

menganalisis konten pada platform Instagram dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pinkan Mambo memanfaatkan strategi *storytelling* yang bersifat provokatif, dramatis, dan personal untuk menarik perhatian publik serta meningkatkan engagement pengguna. Konten yang kontroversial dinilai mampu memperkuat personal branding sekaligus meningkatkan interaksi audiens, meskipun di sisi lain juga berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap figur tersebut. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yang sama, yaitu Pinkan Mambo dan aktivitas interaksi pengguna di media sosial. Namun, penelitian tersebut berfokus pada strategi personal branding yang dilakukan oleh Pinkan Mambo, sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi netizen yang tercermin melalui komentar negatif terhadap produk donat yang dipasarkan melalui TikTok.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Firstama et al. (2024)) meneliti pemanfaatan hate comment netizen sebagai strategi publisitas pada platform TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar negatif yang muncul pada suatu konten tidak selalu memberikan dampak buruk, melainkan dapat meningkatkan eksposur dan keterlibatan pengguna sehingga memperluas jangkauan konten yang dipublikasikan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai komentar negatif netizen di TikTok. Akan tetapi, penelitian tersebut menyoroti fungsi komentar negatif sebagai strategi publisitas, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana persepsi netizen terhadap produk donat Pinkan Mambo direpresentasikan melalui komentar-komentar yang diberikan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Abde Rizky Supriadi et al. (2025) dengan menggunakan pendekatan netnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya komentar di media sosial sering memunculkan bentuk komunikasi agresif seperti sarkasme, penghinaan terhadap penampilan, serta komentar bernuansa SARA. Fenomena tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan netizen dalam berkomentar secara spontan serta rendahnya kontrol sosial di ruang digital. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian

terhadap perilaku netizen dalam kolom komentar TikTok. Namun, penelitian tersebut berfokus pada bentuk-bentuk *cyberbullying* yang muncul di media sosial, sedangkan penelitian ini berupaya menganalisis persepsi netizen terhadap donat Pinkan Mambo yang tercermin melalui komentar-komentar negatif yang diberikan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai komentar netizen di media sosial umumnya berfokus pada personal branding, strategi publisitas, analisis sentimen, dan fenomena *cyberbullying*. Sementara itu, penelitian mengenai persepsi netizen terhadap suatu produk yang dipromosikan oleh figur publik, khususnya donat Pinkan Mambo di TikTok, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap persepsi netizen yang diekspresikan melalui komentar negatif mengenai donat Pinkan Mambo di TikTok. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk komentar negatif yang muncul, tetapi juga menggali makna, penilaian, dan persepsi yang mendasari munculnya komentar tersebut sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai respons publik terhadap produk yang dipasarkan oleh figur publik melalui media sosial. Salah satu kasus yang menarik perhatian publik adalah viralnya Donat Pinkan Mambo di TikTok pada pertengahan tahun 2025. Pinkan Mambo, yang dikenal sebagai figur publik dan mantan penyanyi, memasarkan produk donat rumahan yang kemudian menjadi perbincangan luas di media sosial. Kontroversi bermula ketika sejumlah konten TikTok menyoroti harga donat tersebut yang mencapai sekitar Rp200.000 per kotak berisi 12 buah. Harga ini dianggap tidak sebanding dengan kualitas produk dan kemasan oleh sebagian pengguna TikTok.

Konten ulasan dari *food vlogger* dan kreator TikTok lainnya memicu gelombang komentar negatif yang masif. Banyak pengguna mengekspresikan ketidakpuasan mereka melalui komentar pedas, perbandingan dengan produk sejenis, serta sindiran yang bernada humor sarkastik. Komentar seperti menyebut donat tersebut “mirip odading”, “terlalu mahal untuk kualitas rumahan”, hingga “mengandalkan nama artis” menjadi narasi yang berulang dalam kolom komentar.

Intensitas komentar negatif semakin meningkat ketika potongan video siaran langsung Pinkan Mambo yang menanggapi kritik publik dengan nada emosional tersebar luas di TikTok. Respons tersebut memicu reaksi lanjutan dari pengguna berupa parodi, sindiran, dan komentar yang semakin tajam. Dalam konteks komunikasi digital, respons emosional figur publik sering kali menjadi pemicu eskalasi sentimen negatif karena dianggap tidak profesional atau defensif (Coombs, 2023)

Menariknya, meskipun kolom komentar didominasi oleh sentimen negatif, tingkat keterlibatan publik terhadap konten Donat Pinkan Mambo justru meningkat. Hal ini menunjukkan adanya paradoks dalam konsumsi media digital, di mana komentar negatif tidak selalu menurunkan minat audiens, tetapi justru dapat memperpanjang siklus viralitas konten. Tandoc (2015) yang dimuat dalam Atak et al. (2025) menyebut fenomena ini sebagai *schadenfreude consumption*, yaitu kondisi ketika individu memperoleh kepuasan psikologis dari melihat kontroversi, kegagalan, atau kecaman yang dialami pihak lain.

Dalam konteks budaya Indonesia yang bersifat kolektif, perilaku komentar negatif juga berfungsi sebagai aktivitas sosial. Agma (2025) menjelaskan bahwa keterlibatan dalam komentar bersama di media sosial membentuk identitas sosial digital, di mana individu merasa menjadi bagian dari komunitas yang memiliki pandangan dan penilaian moral yang sama. Dengan demikian, komentar negatif tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi individu, tetapi juga sebagai sarana pembentukan solidaritas sosial digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada analisis komentar negatif terhadap Donat Pinkan Mambo di TikTok. Penelitian ini secara spesifik menganalisis komentar negatif yang muncul pada konten TikTok dalam periode Juli hingga Agustus 2025, yaitu masa ketika isu Donat Pinkan Mambo berada pada puncak viralitas dan menghasilkan intensitas komentar yang tinggi. Pemilihan periode ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dengan konteks krisis opini publik yang sedang berlangsung.

Adapun konten TikTok yang menjadi objek analisis dibatasi pada konten yang menggunakan *hashtag* tertentu sebagai penanda diskursus, yaitu

#DonatPinkan, **#PinkanMambo**, **#DonatPinkanMambo**, **#DonatViral**, dan **#Donat200Ribu**. Pembatasan berdasarkan hashtag ini dilakukan untuk memastikan bahwa komentar yang dianalisis berasal dari ruang percakapan digital yang secara langsung berkaitan dengan isu penelitian. Selain itu, penelitian ini secara khusus memilih komentar-komentar negatif yang bersifat pedas, yaitu komentar yang mengandung kritik tajam, sarkasme, ironi, dan evaluasi negatif yang berulang. Komentar dengan muatan ujaran kebencian ekstrem di luar konteks produk atau figur publik tidak menjadi fokus utama, kecuali jika relevan dengan pembentukan persepsi publik terhadap Donat Pinkan Mambo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian mengenai fenomena komentar negatif terhadap konten Donat Pinkan Mambo di platform TikTok, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi netizen terkait komentar negatif Donat Pinkan Mambo di TikTok?
2. Bagaimana bentuk-bentuk komentar negatif yang disampaikan netizen terkait Donat Pinkan Mambo di TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis persepsi netizen mengenai komentar negatif pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk komentar negatif yang muncul pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi digital, khususnya kajian mengenai perilaku pengguna media sosial dan fenomena komentar negatif di platform TikTok. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas isu serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha atau pengelola akun Donat Pinkan Mambo dalam mengelola konten dan interaksi di media sosial, serta membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menghadapi komentar negatif.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika berkomentar di media sosial, serta mendorong terciptanya lingkungan digital yang lebih sehat, santun, dan bertanggung jawab.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 *Online Disinhibition Effect Theory*

Teori *Online Disinhibition Effect* dikemukakan oleh John Suler pada tahun 2004 dan dijelaskan lebih lanjut dalam bukunya *The Psychology of Cyberspace* Karya Suler (2023). Teori ini menjelaskan bahwa individu cenderung mengekspresikan pikiran, perasaan, dan perilakunya secara lebih bebas ketika berinteraksi di internet dibandingkan dalam komunikasi tatap muka. Menurut Suler, lingkungan daring memiliki karakteristik yang dapat mengurangi hambatan sosial dan psikologis, sehingga seseorang lebih berani mengatakan atau melakukan hal-hal yang mungkin tidak akan dilakukan dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, teori ini menjadi salah satu konsep penting dalam kajian *cyberpsychology* untuk memahami perilaku pengguna media sosial dan berbagai bentuk interaksi digital.

Suler membedakan *Online Disinhibition Effect* ke dalam dua bentuk utama, yaitu *benign disinhibition* dan *Toxic Disinhibition*. *Benign disinhibition* merujuk pada perilaku terbuka yang bersifat positif dan konstruktif, seperti mengungkapkan perasaan yang selama ini dipendam, menceritakan masalah pribadi kepada orang lain, memberikan dukungan emosional kepada sesama pengguna, serta berani mencari bantuan psikologis atau sosial melalui media daring. Sebaliknya, *Toxic Disinhibition* mengacu pada perilaku yang merugikan orang lain, seperti melakukan *cyberbullying*, menyebarkan ujaran kebencian, trolling, pelecehan verbal, hingga penyebaran hoaks dan fitnah. Kedua bentuk disinhibisi ini menunjukkan bahwa

kebebasan berekspresi di internet dapat menghasilkan dampak positif maupun negatif tergantung pada bagaimana individu memanfaatkannya.

Menurut Suler, terdapat enam faktor utama yang menyebabkan munculnya *Online Disinhibition Effect*. Faktor pertama adalah *dissociative anonymity*, yaitu kondisi ketika pengguna merasa identitas aslinya tersembunyi sehingga tindakan yang dilakukan secara daring dianggap tidak berkaitan langsung dengan dirinya. Faktor kedua adalah *invisibility*, yaitu ketidakmampuan pengguna lain untuk melihat keberadaan fisik seseorang, sehingga individu merasa lebih aman dalam mengungkapkan pendapat atau melakukan tindakan tertentu. Faktor ketiga adalah *asynchronicity*, yaitu komunikasi yang tidak selalu berlangsung secara langsung sehingga pengguna memiliki waktu untuk menyusun respons tanpa tekanan sosial yang biasanya muncul dalam interaksi tatap muka.

Faktor keempat adalah *solipsistic introjection*, yaitu kecenderungan individu membayangkan suara, karakter, atau kepribadian lawan bicaranya berdasarkan persepsinya sendiri ketika berkomunikasi secara daring. Faktor kelima adalah *dissociative imagination*, yaitu pandangan bahwa dunia *online* merupakan ruang yang terpisah dari kehidupan nyata sehingga individu merasa perilaku yang dilakukan di internet tidak memiliki konsekuensi langsung terhadap kehidupan offline. Faktor terakhir adalah *minimization of status and authority*, yaitu berkurangnya pengaruh status sosial, jabatan, usia, maupun otoritas dalam komunikasi daring. Kondisi ini membuat seseorang merasa lebih bebas untuk menyampaikan kritik, pendapat, atau bahkan perilaku tertentu tanpa merasakan tekanan hierarki yang biasanya muncul dalam interaksi langsung.

Berdasarkan teori ini, karakteristik lingkungan *online* seperti anonimitas, invisibilitas, asinkronitas, serta berkurangnya pengaruh status dan otoritas dapat menurunkan kontrol sosial dan hambatan psikologis yang dimiliki individu. Penurunan hambatan tersebut kemudian memunculkan *Online Disinhibition Effect* yang dapat berbentuk perilaku positif (*benign disinhibition*) maupun perilaku negatif (*Toxic Disinhibition*).

Fenomena perilaku pengguna di media sosial juga dapat dijelaskan melalui *Online Disinhibition Effect Theory*, yaitu kecenderungan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas di ruang digital dibandingkan dalam interaksi langsung. Di platform seperti TikTok, pengguna dapat dengan mudah menyampaikan opini melalui fitur komentar tanpa harus berhadapan secara langsung dengan orang yang dituju. Kondisi ini sering dipengaruhi oleh faktor anonimitas, jarak sosial, serta minimnya kontrol sosial sehingga pengguna merasa lebih berani mengungkapkan pendapat, termasuk komentar yang bersifat kritik maupun negatif. Dalam penelitian ini, teori *Online Disinhibition Effect* digunakan untuk memahami bagaimana netizen lebih bebas mengekspresikan persepsi dan opininya terhadap konten Donat Pinkan Mambo di TikTok. Melalui kolom komentar, pengguna dapat dengan mudah memberikan tanggapan tanpa mempertimbangkan dampak sosial secara langsung, sehingga memunculkan berbagai bentuk komentar negatif yang menjadi bagian dari dinamika interaksi di media sosial.

Penelitian Khairani & Guspa (2025) menjelaskan bahwa toxic *Online Disinhibition Effect* ditunjukkan melalui perilaku penggunaan bahasa kasar, penghinaan, kritik tajam, kemarahan, dan kebencian terhadap individu lain di media sosial. Bentuk perilaku tersebut sejalan dengan karakteristik komentar negatif yang banyak ditemukan pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok, hal tersebut dikarenakan pada kolom komentar TikTok, pengguna sering kali merasa lebih bebas menyampaikan pendapat tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap pihak yang menjadi sasaran komentar. Kebebasan ini muncul karena adanya faktor anonimitas, minimnya kontak langsung, serta tidak adanya konsekuensi sosial secara langsung sebagaimana yang terjadi dalam komunikasi tatap muka. Menurut Suler (2004), kondisi tersebut dipengaruhi oleh enam faktor utama, yaitu *dissociative anonymity*, *invisibility*, *asynchronicity*, *solipsistic introjection*, *dissociative imagination*, dan *minimization of authority*. Faktor-faktor tersebut mendorong pengguna media sosial untuk lebih berani memberikan komentar negatif dibandingkan ketika berinteraksi secara langsung.

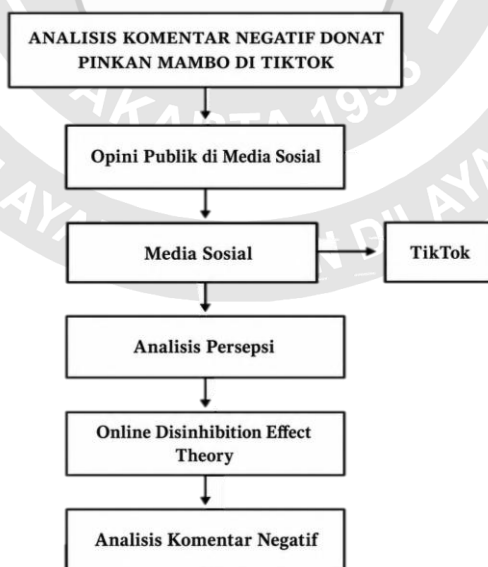
Teori *Online Disinhibition Effect* diimplementasikan dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong netizen memberikan komentar negatif pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok. Melalui teori ini, komentar negatif dipahami sebagai bentuk perilaku yang muncul akibat kebebasan berkomunikasi di ruang digital. Faktor anonimitas, tidak adanya interaksi tatap muka, komunikasi yang tidak berlangsung secara langsung, serta minimnya kontrol sosial menyebabkan pengguna TikTok lebih berani mengungkapkan kritik, ejekan, maupun komentar bernada negatif

1.5.2 Persepsi

Stephen P. Robbins dalam Nisa et al. (2023) menyatakan bahwa persepsi adalah proses individu dalam mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan-kesan yang diterima melalui indera agar memberikan makna terhadap lingkungannya, hal serupa pula dijelaskan oleh (Rakhmat, 2018), persepsi tidak hanya melibatkan sensasi sebagai penerimaan rangsangan inderawi, tetapi juga dipengaruhi oleh perhatian, harapan, motivasi, pengalaman masa lalu, dan memori individu. Oleh karena itu, setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek atau peristiwa yang sama karena adanya faktor personal dan situasional yang memengaruhi cara mereka menafsirkan informasi. Dalam analisis persepsi, perhatian menjadi unsur penting karena menentukan rangsangan mana yang dipilih untuk diproses lebih lanjut. Perhatian sendiri dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti gerakan, intensitas, kebaruan, dan pengulangan stimulus, serta faktor internal seperti kebutuhan biologis, pengalaman, nilai, sikap, dan latar belakang sosial budaya. Dengan demikian, analisis persepsi digunakan untuk memahami bagaimana seseorang atau kelompok menafsirkan realitas berdasarkan pengalaman dan kondisi yang mereka miliki, sehingga dapat menjelaskan perbedaan pandangan, sikap, maupun perilaku terhadap suatu fenomena. Analisis persepsi digunakan untuk memahami bagaimana seseorang atau kelompok menafsirkan realitas berdasarkan pengalaman dan kondisi yang mereka miliki, sehingga dapat menjelaskan perbedaan pandangan, sikap, maupun perilaku terhadap suatu fenomena (Rakhmat, 2018).

Konsep persepsi digunakan untuk memahami bagaimana netizen memaknai, menilai, dan memberikan respons terhadap fenomena komentar negatif yang muncul pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok. Mengacu pada penelitian Sukma et al. (2025) dijelaskan bahwa komentar netizen dipandang sebagai representasi persepsi publik yang terbentuk melalui interaksi di ruang digital. Persepsi tersebut dapat diidentifikasi melalui isi komentar yang mengandung kritik, sindiran, ketidakpuasan, atau penilaian negatif terhadap produk Donat Pinkan Mambo. Dengan menganalisis komentar-komentar tersebut melalui proses pengodean dan pengelompokan tema, peneliti dapat mengungkap bagaimana netizen membentuk penilaian terhadap kualitas produk, harga, pelayanan, maupun citra yang ditampilkan di media sosial. Oleh karena itu, analisis persepsi dalam penelitian ini berfungsi untuk menginterpretasikan makna yang terkandung dalam komentar netizen sehingga dapat memberikan gambaran mengenai persepsi publik terhadap Donat Pinkan Mambo di TikTok.

1.5.5 Kerangka Teoritis



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Fenomena yang diteliti berawal dari konten promosi Donat yang diunggah oleh Pinkan Mambo melalui platform TikTok. Konten tersebut kemudian memunculkan berbagai respons dari netizen yang membentuk opini publik di media

sosial. Dalam prosesnya, muncul banyak komentar negatif yang menjadi bagian dari interaksi komunikasi digital antar pengguna.

Fenomena komentar negatif tersebut dianalisis menggunakan *Online Disinhibition Effect Theory* yang diperkenalkan oleh John Suler untuk memahami bagaimana anonimitas dan jarak sosial di internet dapat membuat pengguna media sosial lebih bebas mengekspresikan pendapat, termasuk dalam bentuk komentar negatif.

Melalui kedua teori tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi netizen terhadap komentar negatif yang muncul pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menafsirkan fenomena sosial secara mendalam, khususnya berkaitan dengan makna, konteks, dan karakteristik komentar negatif yang muncul pada konten TikTok Donat Pinkan Mambo. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran angka atau perhitungan statistik, melainkan pada pemahaman terhadap pesan, opini, serta respon dari pengguna media sosial.

Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang bersifat alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sejalan dengan pendapat tersebut, penelitian ini memandang komentar negatif sebagai fenomena komunikasi digital yang perlu dipahami secara kontekstual sesuai dengan realitas yang terjadi di platform TikTok.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang terjadi secara sistematis, faktual, dan akurat. Dalam penelitian ini, fenomena yang dideskripsikan adalah komentar negatif yang muncul pada kolom komentar konten Donat Pinkan Mambo di TikTok. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa penelitian

deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan sebab-akibat, melainkan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai bentuk, pola, dan karakteristik komentar negatif yang ditemukan.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena komentar negatif pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap komentar-komentar yang muncul pada unggahan terkait Donat Pinkan Mambo serta wawancara mendalam dengan enam informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu agar diperoleh data yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk menelaah isi pesan komunikasi secara sistematis, objektif, dan terstruktur. Metode ini dipilih karena objek penelitian berupa teks komentar yang ditulis oleh pengguna TikTok, sehingga diperlukan teknik analisis yang mampu mengungkap makna, kecenderungan pesan, serta pola komunikasi yang terkandung di dalamnya. Menurut Sugiyono (2020), analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk dokumen, catatan, maupun teks komunikasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, analisis isi dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dari data komentar dan hasil wawancara informan. Tema-tema tersebut meliputi persepsi terhadap harga produk, kualitas produk, viralitas konten, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dinilai memengaruhi munculnya komentar negatif di TikTok. Melalui proses analisis tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi kategori, pola, dan kecenderungan komentar negatif yang berkembang di media sosial, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai respons pengguna terhadap Donat Pinkan Mambo di TikTok.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan wawancara. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kolom komentar pada unggahan video Donat Pinkan Mambo di platform TikTok tanpa terlibat dalam interaksi atau percakapan dengan pengguna. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa observasi nonpartisipan dilakukan ketika peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas yang diamati. Metode ini dipilih agar data yang diperoleh bersifat alami, objektif, dan tidak terpengaruh oleh kehadiran peneliti, sehingga mencerminkan kondisi komunikasi digital yang sebenarnya di media sosial TikTok.

Selain menggunakan observasi non partisipan, peneliti juga menggunakan metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan secara langsung dan intensif antara peneliti dan informan untuk menggali informasi secara lebih rinci mengenai pengalaman, pandangan, serta persepsi informan terhadap suatu fenomena. Menurut Rachmawati (2007) dalam wawancara dalam penelitian kualitatif adalah proses percakapan yang memiliki tujuan tertentu untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan pemaknaan informan terhadap suatu peristiwa. Melalui wawancara mendalam ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih komprehensif mengenai pandangan pengguna TikTok terhadap komentar netizen pada konten donat yang dipopulerkan oleh Pinkan Mambo.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan agar peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam dari individu yang memiliki pengalaman langsung dengan fenomena yang diteliti. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu:

- (1) Pengguna aktif aplikasi TikTok,
- (2) Mengikuti akun Pinkan Mambo atau pernah melihat unggahan yang dipublikasikan

- (3) Pernah memberikan ataupun melihat komentar bernada negatif atau kritik terhadap konten yang berkaitan dengan Donat Pinkan Mambo

Kriteria tersebut dipilih untuk memastikan bahwa informan memiliki keterlibatan dan pengetahuan yang cukup terhadap fenomena komentar netizen pada konten Donat Pinkan Mambo di platform TikTok sehingga data yang diperoleh dapat lebih relevan dan mendalam.

Wawancara dalam penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu 19 Mei 2026 hingga 28 Mei 2026. Pada tanggal 19 Mei 2026, peneliti melakukan wawancara dengan empat informan, yaitu Jess, An, GDR, dan Nat. Selanjutnya, wawancara dengan informan LGC dilaksanakan pada 27 Mei 2026, sedangkan wawancara dengan MLP dilakukan pada 28 Mei 2026. Seluruh wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) dengan durasi yang bervariasi antara 30-45 Menit.

1.6.5 Sumber Data

Penelitian ini dilakukan pada platform media sosial TikTok yang menjadi ruang interaksi pengguna dalam memberikan komentar terhadap berbagai konten digital. Fokus penelitian diarahkan pada kolom komentar konten Donat yang dipromosikan oleh Pinkan Mambo. Pemilihan platform TikTok sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tingginya aktivitas pengguna dalam memberikan opini, tanggapan, serta kritik melalui fitur komentar, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena komentar negatif yang muncul pada konten tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Data primer, yaitu komentar negatif yang ditulis oleh pengguna TikTok pada konten Donat Pinkan Mambo dan Hasil wawancara kepada 6 informan. Data ini menjadi sumber utama karena secara langsung merepresentasikan opini, sikap, serta respons pengguna terhadap konten yang diteliti, Penelitian ini melibatkan enam orang informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Keenam informan merupakan pengguna aktif TikTok yang pernah melihat konten Donat Pinkan Mambo dan mengetahui berbagai komentar negatif yang muncul pada konten tersebut. Melalui

wawancara mendalam, peneliti memperoleh informasi mengenai pandangan, pengalaman, serta persepsi informan terhadap fenomena komentar negatif yang berkembang di media sosial TikTok. Jumlah enam informan dianggap telah mampu memberikan data yang beragam dan relevan untuk menjawab fokus penelitian mengenai persepsi netizen terhadap komentar negatif pada konten Donat Pinkan Mambo di TikTok.

2. Data sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber pustaka lainnya yang relevan dengan topik media sosial, komunikasi digital, komentar negatif, serta citra merek.

Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa penggunaan data primer dan data sekunder secara bersamaan bertujuan untuk memperkuat validitas penelitian serta memberikan landasan teori yang mendukung analisis data.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan sejak pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Menurut Miles et al. (2014) analisis data kualitatif meliputi beberapa tahapan utama, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan data mentah dengan cara menyeleksi komentar negatif yang relevan dengan fokus penelitian serta mengeliminasi data yang tidak berkaitan.
2. Kategorisasi data, yaitu proses pengelompokan komentar negatif ke dalam kategori atau tema tertentu, seperti kritik terhadap kualitas produk, harga, gaya komunikasi konten, atau aspek lainnya yang muncul dalam komentar.
3. Penyajian data, yaitu penyusunan data yang telah dikategorikan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut.
4. Penarikan kesimpulan, yaitu proses merumuskan makna dan temuan penelitian berdasarkan pola dan kecenderungan komentar negatif yang ditemukan, serta mengaitkannya dengan kerangka pemikiran konseptual penelitian.

1.6.7 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan tahap penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Menurut Susanto et al. (2023), pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa kriteria, yaitu *credibility* (derajat kepercayaan), *transferability* (keteralihan), *dependability* (kebergantungan), dan *confirmability* (kepastian). Selain itu, keabsahan data juga dapat diperkuat melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber, metode, maupun perspektif teori untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan serta data berupa komentar pengguna pada platform TikTok terkait konten donat yang dipromosikan oleh Pinkan Mambo. Melalui proses tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena komentar negatif netizen terhadap konten tersebut.