

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi media baru di era ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses dan menyebarkan nilai-nilai yang dapat mempengaruhi perspektif serta sikap seseorang terhadap sesuatu. Salah satunya yakni tentang standarisasi tubuh ideal pada laki-laki maupaun perempuan. Kondisi tersebut menjadikan perundungan *fat shaming* tidak hanya dilakukan di dunia nyata, tapi juga di media sosial. Tindakan mencela atau mempermalukan seseorang yang memiliki badan gemuk (*plus size*) termasuk dalam salah satu bentuk perundungan *body shaming* karena dinilai sebagai tindak kekerasan secara verbal terhadap orang lain (Akbar et al., 2020:7084-7085). Umumnya, *fat shaming* dilakukan secara verbal lewat lisan maupun tulisan dengan melontarkan kalimat-kalimat penghinaan, ejekan, kritik negatif yang merendahkan ataupun mempermalukan seseorang yang memiliki berat badan berlebih (*plus size*). Maraknya tindak *fat shaming* menjadikan para korban berusaha untuk mengelola segala bentuk komentar buruk mengenai fisik yang diterima. Memunculkan percakapan atau komunikasi yang dibangun korban dengan pelaku perundungan dan orang-orang yang ada di sekelilingnya untuk menyembuhkan rasa percaya diri yang sebelumnya hilang. Penelitian ini akan fokus pada fenomena *fat shaming* yang terjadi pada kelompok usia remaja, terutama dalam mengungkap pemaknaan perundungan *fat shaming* melalui percakapan atau komunikasi yang dilakukan remaja kepada pelaku perundungan dan orang lain. Hal ini menjadi penting bagi para korban *fat shaming* untuk dapat *survive* dan mendapatkan kepercayaan diri mereka kembali.

Fenomena *fat shaming* tentu sudah tidak asing di telinga masyarakat terlebih bagi anak-anak muda atau kaum remaja di masa sekarang. Secara harfiah, *fat shaming* termasuk dalam bentuk perundungan (*bullying*) verbal di mana bertujuan untuk mempermalukan, mengkritik, mengejek, ataupun

merendahkan fisik seseorang dengan sengaja. Sayangnya, perilaku tersebut telah dianggap sebagai hal wajar karena banyak orang yang melakukannya secara terang-terangan, bahkan di media sosial sekalipun. Seringkali fisik seseorang justru dijadikan bahan bercanda antar teman. Meski kata-kata seperti “*gendut, gembrot, tengil, item*” dan perkataan buruk lainnya terdengar sepele dan biasa dilontarkan, tetapi kenyataannya cukup untuk membuat korban hilang rasa percaya diri.

Hal inilah yang kemudian menjadi perhatian utama dalam fenomena *fat shaming*. Di saat orang-orang beranggapan bahwa penghinaan fisik bukanlah hal yang harus dibesar-besarkan, tapi nyatanya perlakuan tersebut bisa memicu timbulnya efek buruk terhadap para korban. Korban berusaha menyembunyikan rasa sakit hatinya dengan bersikap tenang, meski dalam hatinya terbersit perasaan tidak nyaman terhadap ungkapan buruk tersebut. Sikap itu dilakukan korban semata-mata agar tidak dicap “*baperan*” (bawa perasaan) oleh para pelaku. Akibatnya, penghinaan fisik yang diterima berulang kali dapat memicu timbulnya efek buruk terhadap mental korban. Katelyn J. Gaffney (dalam Soleman & Elindawati, 2019: 591) menjelaskan pengaruh penghinaan fisik terhadap korban, yakni gangguan makan (*eating disorder*), kecemasan, kemarahan, ketidakpuasan terhadap diri sendiri, hingga depresi.

Sebagai contoh, perlakuan *fat shaming* pernah dialami oleh seorang remaja perempuan berinisial RA. Dalam kisah yang diunggahnya di Twitter (@ubitjii), RA menceritakan pengalamannya saat mendapat penghinaan terhadap tubuhnya yang dinilai gemuk. Banyak kalimat-kalimat bernada sindiran yang RA dapatkan tiap harinya, seperti “*badan gede banget gamau diet apa?*” dan “*diet badan kamu gede banget!*”. Sindiran yang terus RA terima tersebut membuatnya pernah berfikir untuk bunuh diri. Namun, di sisi lain RA memilih untuk memendam perasaan sakit hatinya, karena bagaimanapun RA merasa tidak ada satupun orang yang mau membelanya, termasuk ibunya sendiri yang meminta agar RA tidak perlu mendengar ungkapan-ungkapan jahat tersebut.

Tidak ada yang tahu bagaimana perasaan seseorang yang menjadi korban *fat shaming*. Apabila korban cenderung acuh, maka hal tersebut bukan menjadi masalah besar. Namun, di saat korban memiliki perasaan yang lebih sensitif untuk merespon situasi, maka hal tersebut bisa menjadi masalah bagi korban. Terlebih ketika *fat shaming* dilakukan melalui ketikan di layar *handphone* atau monitor, tanpa bisa melihat ekspresi wajah dan intonasi bicara sehingga mengikis kepekaan pelaku dalam memahami perasaan dan emosi korban. Hal ini menjadikan pelaku kehilangan rasa simpatinya terhadap korban, tanpa tahu apa yang sebenarnya korban rasakan.

Berbicara mengenai fenomena *fat shaming* yang marak terjadi di media sosial, tentu tidak luput dari kemajuan teknologi media baru di masa sekarang (Hendrawan, 2019). Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menerima dan membagikan informasi melalui media yang terhubung pada internet. Salah satunya, yakni mengenai konstruksi standar tubuh ideal yang mamapu memunculkan internalisasi masyarakat terhadap konsep standar tubuh ideal (Herawati, 2021). Menurut keterangan dokter Olivia Aldisa, praktisi estetika di Jakarta menjelaskan bahwa standar cantik bagi perempuan dipengaruhi oleh budaya negara lain, salah satunya yakni Korea Selatan, di mana perempuan cantik adalah mereka yang memiliki kulit putih, wajah tirus, dan hidung mancung (Anna, 2022). Sedangkan, standar ketampanan merujuk pada pria yang memiliki kulit berwarna coklat, tubuh tinggi, sedikit otot pada tangan, dan memiliki senyum manis (Afio, 2023).

Dalam observasi yang peneliti lakukan selama kurang lebih satu bulan, diketahui bahwa penyebaran nilai-nilai standarisasi tubuh ideal dapat dilihat dari maraknya iklan dan akun Instagram yang menyajikan konten seputar standar kecantikan perempuan dan ketampanan laki-laki, mulai dari cara untuk mendapatkan bentuk tubuh ideal, cara menurunkan berat badan dengan cepat, cara membentuk otot, hingga iklan pil/obat penurun berat badan. Iklan yang ditampilkan ini dapat memicu tekanan berupa perubahan perilaku, seperti diet ekstrim, mengkonsumsi produk/suplemen yang

diiklankan, hingga memunculkan tekanan mental. Dengan kata lain, iklan-iklan tersebut dapat mempengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat.



Gambar 1.1 Contoh iklan standar kecantikan/ketampanan di Instagram

Sumber: Instagram/@dietsantuy.id

Doktrin mengenai standar kecantikan/ketampanan ideal inilah yang pada akhirnya memunculkan penghinaan fisik seperti *fat shaming* marak terjadi. Banyak orang kemudian membanding-bandingkan, mempermalukan, dan mengejek fisik orang lain yang dinilai tidak memenuhi standar ideal. Tindak *fat shaming* di Instagram seringkali ditemukan pada kolom komentar dan Direct Message (DM), di mana melalui fitur tersebut, pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lainnya.

Psikolog anak dan remaja, Vera Itabiliana K. Hadiwidjojo menjelaskan bahwa segala kritik bernada *bully-an* paling banyak terjadi di media sosial dan apabila hal tersebut dilakukan berulang-ulang dapat berakibat buruk terhadap korban (Kumparan, 2018). Sayangnya, perundungan *fat shaming* sudah dianggap sebagai hal wajar. Pelaku berlindung di belakang kata “bercanda” atau “*baperan*” sebagai bentuk pembelaan dan menyamarkan perbuatannya.

Penghinaan fisik atau *body shaming* sejatinya tidak terbatas pada *fat shaming* saja. Ada banyak bentuk *body shaming* yang terjadi di masyarakat, diantaranya yakni *skinny shaming*, *body shaming* terhadap perempuan yang memiliki bulu yang banyak, *body shaming* terhadap warna kulit dan tekstur kulit, *body shaming* pada tinggi badan, *body shaming* terhadap jerawat, dan masih banyak lagi. Namun, secara kultural, penghinaan verbal terhadap seseorang yang memiliki badan gemuk atau *fat shaming* adalah yang paling banyak terjadi di masyarakat.

Sama halnya dengan standarisasi tubuh ideal, ungkapan *fat shaming* juga dapat menimpa siapa saja, baik perempuan maupun laki-laki. Melalui penelitian yang diunggah di BMC Public Health dengan judul “*International Comparisons of Weight Stigma: Addressing a Avoid in the Field*” mengungkap bahwa lebih dari setengah responden dari seluruh negara, yakni 55,6% orang mengaku pernah mengalami perundungan *fat shaming* (Puhl et al., 2021:8). Pengalaman tersebut dialami korban ketika mereka tengah mencoba untuk olahraga dan hidup sehat. Stigma dan ungkapan buruk yang korban terima pada akhirnya hanya akan membuatnya trauma dan enggan untuk kembali berolahraga. Korban menjadi putus asa dan berfikir bahwa apa yang dilakukannya akan berakhir sia-sia.

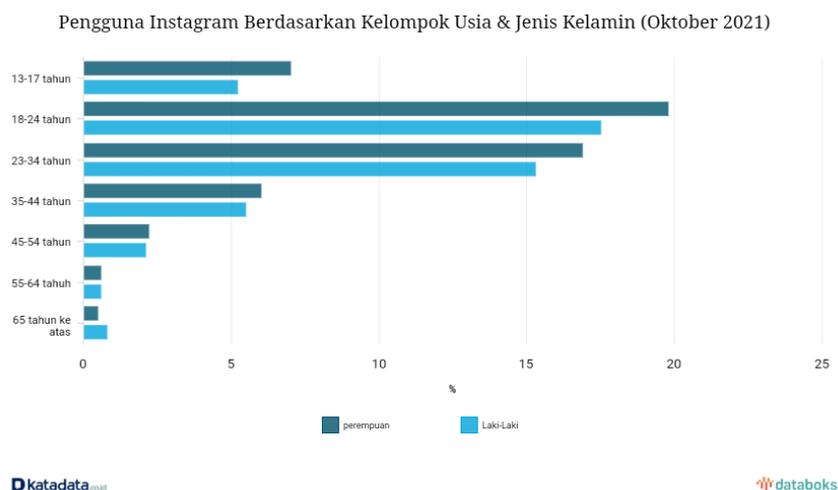
Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian Gani dan Jalal (2021:158) bahwa perundungan berat badan (*fat shaming*) adalah bentuk perundungan yang paling sering diterima oleh remaja di Indonesia, yakni sebesar 57,1%. Pengalaman ini menjadikan para remaja menilai fisiknya ke arah negatif, sehingga membentuk citra tubuh yang buruk pada dirinya sendiri. Di sisi lain, perlakuan *fat shaming* tersebut juga menyebabkan sebagian besar remaja (korban) berfikiran untuk melakukan perlawanan.



Gambar 1.2 Bagian fisik remaja yang sering mendapat kritik negatif

Sumber: Jalal et al., (2021:158)

Kondisi ini beriringan dengan laporan yang disampaikan Napoleon Cat bahwa pengguna Instagram terbanyak di Indonesia datang dari kalangan usia 18-24 tahun (33,90 juta orang) dengan rincian 19,8% didominasi oleh perempuan dan sisanya 17,55% yakni pengguna laki-laki (Annur, 2021).



Gambar 1.3 Pengguna Instagram berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin (Oktober 2021)

Sumber: website media online/katadata.com

Pada usia-usia remaja, penampilan menjadi salah satu faktor penting yang akan membentuk kepercayaan diri pada perempuan maupun laki-laki (Dianningrum & Satwika, 2021:195). Pasalnya, salah satu hal yang mendukung munculnya kepercayaan diri pada individu adalah penampilan fisik. Oleh karena itu, remaja akan lebih memperhatikan penampilan fisik demi meningkatkan kepercayaan diri mereka di hadapan publik. Terlebih pada remaja perempuan yang cenderung merasa tidak puas terhadap penampilan fisik mereka. Selain itu, remaja perempuan juga dapat merekam baik suatu momen yang bersifat emosional. Sama halnya saat mereka terus di-bully dengan sebutan “*gendut, gembul, jelek, gajah*” dan lain sebagainya, tentu akan membentuk memori yang menyakitkan bagi remaja. Tidak hanya itu, *fat shaming* juga menanamkan *mindset* bahwa seseorang harus memenuhi standar tubuh ideal terlebih dahulu agar bisa dikatakan sempurna (cantik/tampan).

Tidak dapat dipungkiri bahwa fenomena *fat shaming* akan terus terjadi dalam lingkup kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, sejumlah korban *fat shaming* memilih untuk menerima dirinya dan bertahan dalam kondisi tersebut daripada harus tenggelam dalam keterpurukan akibat kritik yang terus datang. Penghinaan yang menumpuk mendorong para korban untuk berani membangun percakapan atau mengkomunikasikan hal tersebut kepada sang pelaku perundungan dengan harapan pelaku bisa berhenti melakukan tindak *fat shaming*. Tidak jarang pula, para korban melakukan komunikasi kepada orang lain untuk berbagi pengalaman *fat shaming* yang pernah dialami demi mendapatkan dukungan/*support* yang mampu mengembalikan rasa percaya diri korban *bullying*.

Seperti yang pernah dilakukan oleh DE (22 tahun), seorang remaja perempuan yang juga merupakan korban *fat shaming* di Instagram. Pengalamannya tersebut diceritakan langsung kepada peneliti sebagai riset awal penelitian. DE menceritakan bahwa DE kerap kali menerima komentar buruk dan sindiran terhadap tubuhnya yang dinilai gemuk (*plus size*), seperti “*gembul banget sih*”, “*diet gih biar ga gendut*”, atau “*kamu sebenarnya*

cantik, lho kalau kurus". Hal itu seringkali terjadi saat DE mengunggah foto dirinya di Instastory Instagram dan postingan *feeds*.

Meski komentar-komentar tersebut terkesan halus, tapi cukup membuat DE merasa kecil hati. Bahkan beberapa kali DE berusaha untuk menurunkan berat badannya. Selain itu, DE kadangkala juga menceritakan apa yang dialaminya terkait perlakuan *fat shaming* kepada teman-temannya dengan harapan bisa meningkatkan kepercayaan dirinya kembali dan *survive* dari kondisi tersebut.

Sama seperti yang dilakukan DE, beberapa korban *fat shaming* lain juga menjalin komunikasi dengan pelaku dan orang-orang terdekat untuk mengelola perundungan yang mereka rasakan demi mendapatkan kepercayaan diri mereka kembali. Komunikasi yang terjalin antara korban dengan pelaku perundungan dan orang lain dapat menunjukkan makna dari perundungan *fat shaming* yang kerap diterima oleh remaja korban perundungan *fat shaming*. Untuk itu, penelitian ini akan memahami lebih dalam mengenai pengalaman komunikasi remaja (korban *bullying*) untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang terjadi di media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Hingga kini, *bullying* verbal terhadap fisik masih marak terjadi di masyarakat. *Fat shaming* digambarkan sebagai bentuk penghinaan terhadap seseorang yang dinilai memiliki ukuran tubuh lebih (*plus size*). Perilaku ini seringkali dianggap sebagai hal yang sudah biasa dan wajar terjadi pada seseorang. Padahal, tidak jarang *fat shaming* dapat memicu munculnya efek buruk pada mental korbannya. Hal tersebut tidak lepas dari peran teknologi media baru yang turut andil dalam menyebarkan nilai-nilai terkait standarisasi tubuh ideal pada perempuan maupun laki-laki. Standar tubuh ideal dapat dimaknai sebagai tolok ukur untuk menilai fisik seseorang, mulai dari ukuran badan, warna kulit, tinggi badan, wajah, dan lain sebagainya. Seseorang dikatakan cantik atau tampan apabila mampu memenuhi standar tubuh ideal. Kondisi ini lantas menjadikan *fat shaming* tidak hanya terjadi di dunia nyata, tapi juga di media sosial Instagram.

Semestinya, setiap individu berhak atas tubuhnya sendiri tanpa adanya kontrol standarisasi tubuh ideal. Ujaran *fat shaming* yang kerap diterima remaja di media sosial menjadi bukti bahwa standarisasi kecantikan dan ketampanan masih sangat melekat di pemikiran masyarakat. Realita ini didukung oleh sikap masyarakat yang menganggap *fat shaming* sebagai hal biasa. Sementara itu, korban pun memilih untuk diam tanpa melakukan perlawanan ataupun menunjukkan rasa tidak nyaman atas ungkapan buruk yang dilontarkan. Kondisi ini membuat fenomena *fat shaming* dipandang sebagai hal sepele. Di sisi lain, kritik dan penghinaan fisik yang semakin menumpuk mendorong remaja untuk membangun komunikasi atau percakapan dengan sang pelaku perundungan serta orang lain di sekitarnya sebagai upaya untuk mendapatkan kepercayaan diri kembali. Komunikasi inilah yang pada akhirnya dapat membuka pemahaman terkait makna dari fenomena *fat shaming* yang pernah dialami remaja.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini ingin memahami lebih mendalam mengenai pengalaman komunikasi remaja untuk mengelola perundungan *fat shaming* di media sosial Instagram.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah memahami pengalaman komunikasi remaja untuk mengelola perundungan *fat shaming* di Instagram.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam menambah penjelasan dan pemahaman pada teori *coordinated management of meaning (CMM)* terkait fenomena *fat shaming* di media sosial. Selain itu, juga dapat dijadikan sebagai rujukan pada penelitian sejenis, yakni mengenai tindak *fat shaming* yang terjadi di media sosial.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kesadaran pada para pengguna Instagram agar lebih bijak dalam

menggunakan Instagram, khususnya dalam hal berkomentar. Pasalnya, setiap komentar negatif terhadap penampilan maupun kondisi tubuh dapat memicu munculnya dampak buruk terhadap orang lain. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai upaya korban *bullying* untuk mengelola perundungan *fat shaming* di Instagram melalui komunikasi. Sehingga korban *bullying* termotivasi untuk *survive* dari tindak *bullying* dan efek negatif yang dirasakan.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran dan pemahaman masyarakat mengenai pengalaman nyata para korban *bullying* yang pernah mendapat komentar negatif tentang fisik di media sosial. Sehingga masyarakat diharapkan dapat lebih peduli terhadap para korban *bullying*.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State Of the Art

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu, yakni pertama penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti Soleman dan Rifki Elindawati dengan judul "*Fourth Wave Feminism in Indonesia: Body Shaming Through Social Media Phenomenon*" pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena *body shaming* melalui media sosial di Indonesia kaitannya dengan isu feminisme gelombang keempat. Ada dua teori yang dipakai dalam penelitian yaitu teori objektivitas dan teori konstruktivisme feminis. Metode penelitian dilakukan menggunakan analisis fenomenologi. Disini, peneliti melakukan observasi langsung dan studi dokumen, jurnal, serta berita untuk mendapatkan data primer dan data sekunder terkait fenomena *body shaming* di media sosial Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa *body shaming* yang dilakukan di media sosial dilatar belakangi oleh adanya tatanan alam dan sosial yang kemudian menjadi budaya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Tatanan alam menjelaskan tentang bagaimana membenaran dalam diri, seperti yang ada pada teori

objektifikasi bahwa hal tersebut dapat terjadi sebab adanya hubungan orientasi seksusal mengenai mana yang baik dan benar. Jadi, ketika seseorang membenarkan tindak *body shaming* di media sosial, maka fenomena tersebut akan dianggap sebagai suatu hal yang lumrah dilakukan. Penelitian ini berhasil menemukan penyebab maraknya fenomena *body shaming* di media sosial. Penelitian ini juga telah berkontribusi dalam memberikan data-data terkait dampak dari perilaku *body shaming* dan penyebab banyaknya kasus *body shaming* di Indonesia. Di sisi lain, penelitian ini hanya berfokus pada mencari penyebab munculnya fenomena *body shaming* di media sosial, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti kali ini akan lebih mengarah pada pengalaman komunikasi remaja korban *fat shaming* untuk mengelola perundungan yang diterima di media sosial Instagram.

Penelitian serupa kedua berjudul "*Body Shaming and Associated Practices as Abuse: Athlete Entourage as Perpetrators of Abuse*" oleh Jenny Mc Mahon, Kerry R. Mc Gannon, dan Catherine Palmer (2021). Bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman *body shaming* yang terjadi dalam lingkup olahraga, terutama pada atlet perempuan dan rombongannya (pelatih, orang tua, pasangan, dan pengelola) melalui narasi cerita mereka. Untuk mencapai tujuannya, peneliti menggunakan pendekatan naratif sehingga cerita yang disampaikan informan bisa sampai kepada pembaca secara detail. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan data primer berupa informasi-informasi lengkap dan mendetail dari informan. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut diketahui bahwa pelecehan psikologis/*body shaming* di kalangan atlet kerap kali dinormalisasikan, sehingga korban biasanya rela menerimanya. Peneliti juga menemukan bahwa adanya kekerasan fisik yang diterima atlet di saat mereka tidak dapat memenuhi standar tubuh ideal. Di sisi lain, atlet yang mendapat *body shaming* justru percaya bahwa perlakuan tersebut dapat memperbaiki bentuk tubuh mereka agar ideal dan berpengaruh positif terhadap produktifitas kerja mereka. Di sini, Mahon. J.M, et al fokus meneliti kasus *body shaming* yang terjadi

pada atlet, sedangkan penelitian kali ini fokus dalam kasus perundungan *fat shaming* yang terjadi pada remaja perempuan maupun laki-laki yang pernah mengalami tindak *fat shaming* di Instagram. Dengan demikian, penelitian tersebut berhasil memberikan pengetahuan baru mengenai bagaimana tindak *body shaming* terjadi pada atlet. serta menghasilkan solusi pencegahan dan intervensi di bidang olahraga. Secara khusus, studi ini berkontribusi dalam memberikan data-data terkait dampak perilaku *body shaming* bagi korbannya.

Penelitian ketiga yang dijadikan rujukan yakni oleh Dian Yustika Sari dan Yuyun Sunesti berjudul “*Body Shaming, Citra Tubuh Ideal dan Kaum Muda Kampus: Studi Fenomenologi terhadap Mahasiswa UNS*”. Penelitian yang dilakukan pada 2021 ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman *body shaming* yang pernah dialami oleh mahasiswa UNS (Universitas Sebelas Maret) dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teori Tubuh Sosial dan Teori Interaksionisme Simbolik dipilih untuk menjelaskan tindak *body shaming* dan *body image* yang dialami korban. Teori tubuh sosial menjelaskan tentang pemaknaan tubuh ideal dan penyebab terjadinya tindak *body shaming*. Sedangkan teori interaksionisme simbolik Herbert Blumer diterapkan untuk memaparkan respon atau tindakan korban setelah menerima perlakuan *body shaming*. Peneliti menggunakan data primer dengan melakukan wawancara langsung maupun virtual kepada narasumber yang memenuhi kriteria. Sari dan Sunesti juga mengumpulkan data sekunder seperti jurnal, artikel, dan dokumentasi berupa foto milik narasumber guna melengkapi data penelitian. Hasil penelitian menjelaskan bahwa narasumber memaknai tubuh ideal dengan ciri-ciri tubuh yang tinggi dan berat badan proporsional, memiliki wajah yang *glowing* tanpa jerawat, kulit putih atau sawo matang, percaya diri, bahagia dan nyaman dengan apa yang dimiliki. Sari dan Sunesti juga mendapat fakta bahwa penyebab terjadinya *body shaming* disebabkan oleh adanya standar kecantikan dan ketidakpekaan sosial yang berkembang di masyarakat. Adapun tindakan atau respon

yang ditunjukkan oleh narasumber ketika mendapat kritik *body shaming* yakni menanggapi dengan bercanda, berkomunikasi dengan pelaku dan memberi pengertian kepadanya, atau lebih memilih untuk mengabaikannya. Secara umum, penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa UNS ini berhasil mengungkap fenomena *body shaming* pada lingkup perguruan tinggi melalui cerita pengalaman mereka. Penelitian Sari dan Sunesti lebih fokus pada tindak *body shaming* di dunia nyata, sedangkan penelitian ini akan fokus pada tindak *body shaming* yang terjadi di media mata, khususnya Instagram. Penelitian tersebut banyak memberi referensi dan informasi terkait pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian kali ini.

Penelitian rujukan keempat berjudul “*Exploration of The Negative and Positive Impact of Body Shaming Experience Through Autoethnography Approach*” oleh Annisa Dwi Astuti & Winarni Wilman yang dilakukan pada 2020. Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana individu memaknai pengalaman *body shaming* pada wanita dewasa muda. Metodologi *collaborative autoetnografi* digunakan dalam penelitian guna mengetahui pengalaan pribadi peneliti dan narasumber lain untuk mengeksplorasi pengalaman *body shaming* sekaligus dampak negatif dan positif yang menyertainya. Dalam penelitiannya, Astuti dan Wilwan menggunakan data sekunder berupa jurnal, catatan dari media sosial, dan dokumentasi sebagai sumber data. Selain itu juga menggunakan data primer dengan melakukan refleksi mandiri serta wawancara dengan sejumlah narasumber. Untuk menjelaskan fenomena *body shaming*, Astuti dan Wilwan menerapkan teori *objectification theory* di mana mengasumsikan bahwa tubuh perempuan hanya dinilai sebagai objek seksual, entah itu dalam lingkup masyarakat maupun media untuk dieksploitasi. Hasil menunjukkan bahwa pemaknaan dan cara menghadapi tindak *body shaming* tidak lepas dari pengalaman yang pernah dialami narasumber. Penelitian juga mengungkap bahwa pengalaman *body shaming* dapat menimbulkan beragam emosi negatif pada korbannya. Selain itu *body*

shaming turut memunculkan beragam respon atau usaha korban untuk sembuh dari efek buruk yang diakibatkan oleh *body shaming*. Penelitian ini secara garis besar telah berhasil mengeksplorasi dampak negatif dan positif dari adanya tindak *body shaming* serta pemaknaan wanita dewasa muda terhadap *body shaming*, namun hanya terbatas pada tindak *body shaming* yang dilakukan secara langsung. Sedangkan di masa sekarang praktik *body shaming* tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui media maya, seperti Instagram. Maka dari itu, penelitian kali ini akan lebih berfokus pada perundungan *fat shaming* yang dilakukan di media sosial Instagram. Penelitian ini berkontribusi dalam memberi referensi teori yang berkaitan dengan fenomena *body shaming*.

Rujukan terakhir yakni penelitian yang dilakukan Yessi Febranti & Kusnul Fitria dengan judul “*The Interpretation and Attitude of Body Shaming Behaviour on Social Media (A Digital Ethnography Study on Instagram)*” yang dilakukan pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemaknaan dan sikap korban *body shaming* mengenai penghinaan fisik yang pernah dialami di Instagram. Dalam upaya mencapai tujuan penelitian yang telah ditentukan, peneliti menggunakan metodologi *digital ethnography*, yaitu untuk meningkatkan pemahaman mengenai makna dan pengalaman budaya yang mungkin terjadi di media digital. Febranti dan Fitria mengumpulkan data primer dengan melakukan observasi digital dan wawancara mendalam terhadap lima narasumber yang memenuhi kriteria. Hasil menunjukkan bahwa narasumber sebenarnya sadar bahwa mereka adalah korban dari tindak *body shaming* di media sosial. Hal tersebut diungkapkan melalui media sosial dan membuat para korban memiliki pengetahuan luas mengenai perilaku *body shaming*. Hasil kedua yang didapat yakni, korban *body shaming* melakukan interaksi agar lebih terbuka terhadap penghinaan fisik yang dialami, misalnya dengan memposting unggahan tentang *body shaming* atau membalas komentar-komentar negatif tersebut. Hasil yang diperoleh selanjutnya

adalah bahwa narasumber memaknai *body shaming* sebagai sikap *body positivity* dan *self-love*. Secara keseluruhan, penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti dan Fitria ini berhasil memberi pemahaman mengenai tindak *body shaming* yang dialami oleh korban melalui pengalaman mereka. Di sisi lain, penelitian tersebut memiliki cakupan yang lebih luas dengan mengambil narasumber yang pernah mengalami *body shaming* entah itu *fat shaming*, *skinny shaming*, ataupun bentuk perundungan fisik verbal lainnya. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan kali ini fokus terhadap perundungan *fat shaming* di media sosial. Secara khusus, penelitian ini memberikan inspirasi tema yang menarik mengenai fenomena *body shaming* di media sosial terhadap penelitian kali ini.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah pedoman yang menjadi keyakinan dasar bagi peneliti untuk memecahkan masalah melalui kegiatan penelitian (Creswell & Poth, 2018:50). Peneliti menggunakan paradigma interpretif untuk memahami komunikasi remaja dalam mengelola perundungan *fat shaming* yang pernah di alami di media sosial Instagram. Paradigma interpretif berguna untuk menjelaskan sebuah fenomena atau masalah sosial melalui pengalaman subjektif aktor-aktor yang terlibat (Littlejohn et al., 2017:29.). Tujuannya adalah memahami kehidupan sosial yang terjadi di masyarakat, menafsirkan dunia dari sudut pandang partisipan, dan menekankan pada makna dan pemahaman.

1.5.3 *Coordinated Management of Meaning (CMM)*

Secara khusus penelitian ini menggunakan *coordinated management of meaning theory* sebagai teori utama untuk memahami pengalaman komunikasi yang dilakukan remaja dalam mengelola perundungan *fat shaming* yang pernah dialami di media sosial Instagram. Penghinaan fisik yang terus menerus diterima, mendorong remaja untuk berani *speak up* atau mengkomunikasikannya kepada pelaku dan orang lain. Hal ini diharapkan mampu menolong remaja

(korban) untuk pulih atau *survive* dari perundungan *fat shaming*. Dengan kata lain, tindakan yang dilakukan remaja untuk mengelola perundungan *fat shaming* tersebut merupakan suatu bentuk komunikasi.

Hal ini mengacu pada *coordinated management of meaning theory* yang dikembangkan oleh Barnett Pearce dan Vernon Cronen di mana membahas mengenai makna dan tindakan yang dikoordinasikan (Littlejohn, 2017:125). CMM merupakan teori interaksi sosial yang membahas bagaimana makna yang diciptakan seseorang dikelola dan dikoordinasikan dalam sebuah percakapan. Tujuan dari teori CMM sendiri adalah untuk memahami kompleksitas komunikasi manusia, membangun hubungan yang lebih baik, serta mengelola konflik dalam interaksi sosial.

Penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana CMM berlangsung dalam percakapan atau komunikasi remaja (korban *bullying*) untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang diterima di Instagram, mulai dari keunikan, situasi, hingga proses koordinasi antara remaja, pelaku *bullying*, dan orang-orang di sekitar remaja sebagai teman cerita. CMM dapat membantu peneliti untuk memahami bagaimana proses komunikasi dan pemaknaan remaja (korban *bullying*) dalam percakapan yang dilakukannya terhadap pelaku *bullying* serta teman cerita.

Dalam teori CMM, terdapat beberapa asumsi dasar yang membentuk dasar pemikiran, sebagai berikut:

1. Manusia hidup dalam komunikasi

Pearce menilai bahwa komunikasi akan selalu menjadi hal yang penting untuk manusia. Artinya, manusia selalu hidup dalam komunikasi sehingga tidak dapat terpisahkan. *Coordinated management of meaning theory* menggambarkan tentang berkomunikasi untuk memahami realitas dunia. Oleh karena itu, individu-individu saling menciptakan realitas percakapan mereka.

2. Manusia menciptakan realitas sosial

Para ahli teori *coordinated management of meaning theory* berasumsi bahwa situasi sosial diciptakan oleh adanya interaksi, di mana hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh manusia. Keyakinan ini disebut dengan konstruksi sosialisme.

3. Transaksi informasi tergantung pada makna pribadi dan interpersonal

Asumsi ini berkaitan dengan komunikasi atau pertukaran informasi yang dilakukan manusia sesuai makna pribadi dan makna interpersonal. Makna pribadi di sini adalah mengenai makna yang dicapai saat seseorang berinteraksi dengan lawan bicaranya dan membawa hal tersebut dalam interaksi pengalaman uniknya. Sedangkan makna interpersonal akan tercapai ketika masing-masing orang sepakat tentang penafsiran masing-masing.

Pearce dan Cronen menjelaskan bahwa seseorang berkomunikasi berdasarkan aturan, di mana aturan-aturan ini memiliki peran penting dalam teori CMM. Aturan tidak hanya membantu individu ketika berkomunikasi dengan orang lain, tetapi juga dalam menafsirkan pesan yang disampaikan orang lain kepada seseorang. Dalam hal ini CMM dapat membantu untuk menjelaskan bagaimana orang-orang yang terlibat dalam komunikasi saling menciptakan makna dalam percakapan. Sebab setiap orang pasti akan memahami apa yang terjadi di sekitarnya dan menggunakan aturan-aturan untuk memutuskan tindakan apa yang patut untuk dilakukan. Adapun dua jenis aturan yang berlaku dalam percakapan, yakni:

1. Aturan konstitutif (*constitutive rules*)

Aturan konstitutif merujuk pada bagaimana pesan atau tindakan dimaknai dalam suatu konteks. Artinya, aturan konstitutif memberitahu perihal makna dari suatu pesan atau tindakan tertentu. Hal ini akan membantu dalam memahami bagaimana pesan diberikan, diterima, dan dipahami.

2. Aturan regulatif (*regulative rules*)

Aturan regulatif merujuk pada tindakan untuk menentukan bagaimana memberikan tanggapan atau bertindak dalam sebuah komunikasi. Aturan ini membantu dalam memahami tanggapan atau tindakan yang akan terjadi selanjutnya dalam sebuah komunikasi.

Coordinated management of meaning theory memakai istilah “cerita” untuk merujuk pada percakapan mengenai dunia sosial. Lebih lanjut, Barnett Pearce dan Vernon Cronen juga mengklaim bahwa komunikasi adalah proses dua sisi, yakni cerita yang kita ceritakan (*the stories we tell*) dan cerita yang kita jalani (*the stories we lived*) (Griffin et al., 2019:67). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Cerita yang kita ceritakan (*the stories we tell*)

The stories we tell dapat dipahami sebagai cerita yang diceritakan kepada diri sendiri dan orang lain untuk memahami realitas dunia. Dengan kata lain, seseorang akan membuat dan mengelola makna atas peristiwa atau pesan yang diceritakan. Peristiwa atau pesan tersebut ditafsirkan untuk dapat memahami makna dari realitas sosial. Pearce dan Cronen juga menjelaskan bahwa cerita yang lebih banyak dapat memperkaya atau mengubah makna dari sebuah realitas dunia.

Sebagai upaya untuk memperluas cerita dan mempersempit perbedaan antara cerita masa lalu dengan cerita yang mungkin akan dilakukan maka digunakanlah model LUUUUTT, yaitu akronim untuk melabeli tujuh jenis cerita dalam model (Griffin et al., 2019:68-69). Fokus model menggambarkan ketegangan antara cerita yang akan dijalani dengan cerita yang diceritakan. Adapun ketujuh pelabelan dalam model LUUUUTT adalah sebagai berikut:

- *Lived stories* (kisah nyata), yakni tentang apa yang sebenarnya dilakukan atau sedang dilakukan.
- *Unknown stories* (cerita yang tidak diketahui), yakni informasi yang hilang atau tidak diketahui.

- *Untold stories* (cerita yang tidak terhitung), yakni tentang apa yang kita pilih untuk tidak dikatakan.
- *Unheard stories* (cerita yang belum pernah didengar), yakni apa yang dikatakan yang tidak didengar atau diakui.
- *Untellable stories* (cerita yang tidak bisa diceritakan), yakni cerita terlarang atau terlalu menyakitkan bagi seseorang untuk diceritakan.
- *Story Telling* (bercerita), yakni cara seseorang berkomunikasi.
- *Stories Told* (cerita yang diceritakan), yakni apa yang dikatakan sedang dilakukan.

Tujuan utama dari model LUUUUTT sendiri bukan untuk menemukan cerita mana yang benar atau interpretasi yang benar, namun untuk memperbesar kesadaran tentang realitas dunia sosial. Sebab saat manusia semakin sadar tentang dunia sosial, maka semakin besar pula kemampuan seseorang untuk menghadapi beragam situasi.

2. Cerita yang kita jalani (*the stories we lived*)

The stories we lived adalah pola interaksi berkelanjutan yang dilakukan seseorang saat berusaha untuk menjalin komunikasi dengan orang lain disekitarnya. Dengan kata lain berusaha untuk mengkoordinasikan pola interaksi. Sebab, dalam setiap aspek dunia sosial dibangun oleh tindakan kolaboratif dari banyak orang.

Di sini, Pearce dan Cronen menawarkan sebuah model yang dinamakan *serpentine model* atau model ular untuk menangkap percakapan yang terjadi pada orang-orang. Model ini merujuk pada “maju mundurnya” sebuah interaksi sosial dan dapat menganalisis percakapan apapun dan memetakan sejarahnya. Misalnya, pada percakapan antara dua orang, putaran pertama dan kedua menunjukkan kejujuran. Pada putaran ketiga dan keempat, muncul

perbedaan pendapat sehingga keduanya saling beradu argumentasi. Di putaran selanjutnya, masing-masing saling menjatuhkan. Pola ini dapat mengungkap sebuah kemerosotan atau pertikaian dalam hidup merka.

Hampir selalu ada perbedaan atau ketegangan antara cerita yang kita ceritakan dengan cerita yang kita jalani. Hal ini dikarenakan seseorang menyusun cerita yang diceritakan menjadi konsisten, akan tetapi pada saat yang bersamaan cerita tersebut bersinggungan atau bertolak belakang dengan reaksi orang lain sehingga memunculkan ketegangan. Ketika seseorang merasa diancam citra atau nilai-nilai dirinya maka ia tidak punya pilihan lain selain menyerang.

Kedua upaya inilah yang pada akhirnya disebut dengan mengoordinasikan tindakan bersama atau Pearce dan Cronen menyebutnya sebagai *coordinated management of meaning theory*. Teori ini membantu peneliti dalam memahami makna sebuah peristiwa melalui komunikasi yang diciptakan serta bagaimana cara seseorang mengoordinasikan atau mengelola tindakannya dalam bentuk komunikasi. Kunci dari teori yang dikembangkan oleh Barnett Pearce dan Vernon Cronen ini adalah makna dan tindakan, koordinasi, serta cerita yang dijalani. Makna berkaitan erat dengan tindakan yang diambil seseorang. Makna akan mempengaruhi tindakan, begitu pula tindakan akan mempengaruhi makna.

Dalam *coordinated management of meaning theory*, Pearce dan Cronen mengemukakan bahwa manusia mengorganisasikan makna dengan cara hirarki (Rizal & Yuwita, 2021:80-81), diantaranya yaitu:

1. Isi (*content*)

Level pertama merupakan sebuah langkah awal di mana data mentah kemudian dikonversikan menjadi makna.

2. Tindak tutur (*speech act*)

Tindak tutur merupakan tindakan yang dilakukan seseorang dengan cara memuji, menghina, bertanya, mengancam, dan lainnya. Hal ini berkaitan dengan makna dan tindakan dari percakapan yang dibangun Bersama.

3. Episode

Episode merupakan konteks seseorang dalam bertindak. Pada level ini mulai terlihat pengaruh konteks terhadap makna pesan yang diterima seseorang.

4. Hubungan (*relationship*)

Pada level ini ini, kedua orang menyadari potensi dan batasan mereka dalam sebuah hubungan. Hubungan sama seperti dengan penanda sebuah hubungan dari percakapan terhadap lawan bicara.

5. Naskah kehidupan (*life script*)

Naskah kehidupan dapat dimaknai sebagai kumpulan dari episode yang akan menentukan perilaku dan komunikasi di masa depan. Hal ini merupakan episode-episode di masa lalu dan masa kini. Sejarah dari hubungan dan interaksi yang pernah mereka alami akan mempengaruhi aturan dan pola interaksi mereka.

6. Pola budaya

Pada level ini manusia akan mengidentifikasi diri mereka terhadap kelompok tertentu dan budaya tertentu. Sebab, seseorang akan bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang ada disekelilingnya. Nilai-nilai ini berkaitan dengan jenis kelamin, kepercayaan, kelas, dan ras.

Level atau hirarki makna yang dikembangkan oleh Pearce dan Cornen ini penting untuk dipertimbangkan dalam proses komunikasi atau percakapan dengan orang lain. Model ini dapat membantu untuk memahami bagaimana makna dikoordinasikan dan dikelola, tetapi bukan sebagai urutan yang mutlak. Koordinasi sendiri dapat diartikan sebagai usaha untuk mengartikan pesan-pesan yang berurutan dalam percakapan. Tiga hasil yang dapat muncul dalam

percakapan, yakni tercapai koordinasi, tidak mencapai koordinasi, atau mencapai koordinasi pada tingkat tertentu.

Dalam fenomena *fat shaming* sendiri, komunikasi yang dilakukan korban untuk *survive* dari situasi tersebut adalah bentuk tindakan atas makna yang dibentuk korban tentang *fat shaming*. Katakanlah, saat seseorang mendapat celaan fisik di media sosial, ia merasa marah, malu, dan tidak percaya diri. Korban lantas menilai bahwa *fat shaming* adalah tindakan yang buruk, menindas, dan menyakiti perasaannya. Maka dari itu, ia merespon dengan melakukan komunikasi kepada pelaku. Makna dan tindakan juga dimediasi oleh konteks. Misalnya, *fat shaming* yang diterima korban tidak hanya sekali, namun berulang kali. Sehingga, makna dan tindakan yang diciptakan akan mengikuti konteks tersebut.

Penghinaan fisik yang terus menerus diterima membuat korban *fat shaming* terdorong untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Korban berusaha bangkit untuk mendapatkan kepercayaan diri mereka kembali dengan melakukan komunikasi kepada orang lain. Hal inilah yang dimaksud dengan mengelola perundungan *fat shaming* dalam penelitian ini, yakni bagaimana seseorang berkomunikasi dengan orang lain sebagai upaya untuk pulih dan mengatasi krisis kepercayaan diri setelah mendapat perundungan *fat shaming*.

Beberapa tindakan komunikasi yang dapat dilakukan korban *fat shaming* sebagai upaya untuk *survive* dan mengatasi krisis kepercayaan diri, yaitu:

1. Menceritakan pengalamannya kepada keluarga, sahabat, atau orang-orang terdekatnya
2. Meminta bantuan kepada keluarga, sahabat, atau orang-orang terdekat
3. Mengkomunikasikan perasaannya secara non-verbal kepada orang lain, seperti gelisah, ketakutan, tidak percaya diri, ataupun mengasingkan diri dari kehidupan sosial (menyendiri)

4. Menceritakan pengalaman *fat shaming* kepada ahli, seperti psikolog atau psikiater.
5. Membalas atau menjalin komunikasi dengan sang pelaku perundungan atas komentar negatif yang diterima di Instagram
6. Mengajak pelaku *fat shaming* untuk berbicara/mengobrol secara pribadi terkait komentar buruk yang pernah pelaku lakukan

Secara praktis, *coordinated management of meaning theory* dapat membantu seseorang untuk mengambil keputusan atau tindakan secara lebih baik dalam suatu situasi (Hands et al., 2019:303). Oleh karena itu, teori ini banyak digunakan dalam konteks mediasi pada sebuah konflik yang terjadi pada dua individu yang tengah mengalami masalah. Sama halnya dalam fenomena *fat shaming* yang kerap kali menimbulkan konflik antara pelaku dan korban.

1.5.4 *New Media Theory*

Teori media baru atau *new media theory* merupakan teori yang berusaha menjelaskan tentang teknologi komunikasi yang saling terhubung karena adanya digitalisasi dan tersedia secara global sebagai alat komunikasi pribadi (McQuail's, 2010:166). Teori ini berasumsi bahwa media bukan sekedar teknologi untuk mentransmisikan konten simbolis atau menghubungkan masyarakat dalam pertukaran pesan. Namun, juga mewujudkan hubungan sosial yang tercipta bersamaan dengan fitur-fitur teknologi baru. Secara khusus, *new media theory* fokus pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan di internet, seperti media sosial, berita online, iklan, forum diskusi online, *world wide web* (www), hingga pencarian informasi melalui *search engine* (mesin pencari).

Media baru (*new media*) sendiri dapat dipahami sebagai teknologi komunikasi digital yang terhubung dalam sebuah jaringan internet. Melalui teknologi ini, masyarakat dapat mewujudkan serangkaian hubungan sosial melalui fitur-fitur yang tersedia. Artinya,

media baru mampu menciptakan interaksi dua arah melalui media modern yang terhubung pada jaringan internet.

McQuail's (2010:169) dalam bukunya "*Mass Communication Theory: Sixth Edition*" menjelaskan 5 karakteristik utama untuk membedakan media baru dengan media lama, yakni:

1. Memungkinkan seseorang melakukan percakapan atau komunikasi dengan lebih banyak orang
2. Dapat menerima, mengubah, dan mengirim pesan, konten, ataupun kebudayaan secara bersamaan
3. Memisahkan tindakan komunikatif dari pos-pos bangsa dan relasi spasial teritorial modernitas
4. Memungkinkan kontak/komunikasi secara global
5. Memasukkan seseorang ke dalam mesin atau media yang terhubung dengan jaringan. Artinya, seseorang dapat terhubung secara global apabila telah menggunakan internet.

Secara umum, perbedaan antara media baru dengan media lama dapat diidentifikasi lebih rinci dengan mempertimbangkan peran serta hubungan yang ditemukan dalam lembaga media tradisional, terutama terkait dengan kepengarangan (kerja), seperti publikasi, produksi, distribusi, dan penerimaan konten.

Media baru sendiri memiliki jangkauan konten dan *audience* yang tidak terbatas karena sifatnya yang lebih global. Mengacu pada penjelasan Littlejohn (2017:149) dalam bukunya *Theories of Human Communication*, terdapat 6 ciri utama media baru, yakni:

- 1) Fleksibel
- 2) Keterbukaan
- 3) Dapat berkomunikasi dengan mudah
- 4) Kegunaannya beragam
- 5) Dapat digunakan dimana dan kapan saja

6) Memberikan akses terhadap pengirim maupun penerima pesan

Melalui ciri-ciri tersebut, dapat disimpulkan bahwa era media baru banyak memberi kemudahan masyarakat untuk mengakses informasi, termasuk mengenai standarisasi tubuh ideal pada perempuan maupun laki-laki. Dalam hal ini, media sosial Instagram memiliki andil besar dalam menyebarkan nilai-nilai standarisasi tubuh ideal pada masyarakat luas, terutama pada kelompok remaja yang memiliki kemampuan dan akses besar untuk menggunakan media sosial. Hal ini dapat mempengaruhi perspektif dan sikap masyarakat luas terkait standarisasi tubuh ideal, baik laki-laki maupun perempuan (Sakinah, 2018:53).

Instagram sendiri merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunanya untuk saling berbagai moment melalui foto, video, maupun audio dan berinteraksi secara online. Doktrin standar kecantikan dan ketampanan pada Instagram biasanya juga ditampilkan melalui bentuk foto dan video. Contohnya saja pada poster iklan kecantikan yang menggunakan model berpenampilan menarik dan mempunyai bentuk fisik bagus untuk menarik perhatian khalayak. Secara tidak langsung, hal ini dapat membentuk mindset masyarakat bahwa standar tubuh ideal perempuan yakni mereka yang memiliki kulit putih, tubuh langsing, wajah tanpa jerawat, dan hidung mancung. Sedangkan, standar tubuh ideal bagi kaum laki-laki biasanya digambarkan dengan tubuh yang tinggi, badan atletis, dan maskulin.

Tidak mengejutkan apabila teknologi media baru khususnya dunia maya (media sosial) dinilai banyak mengubah masyarakat (Littlejohn et al., 2017: 146). Adanya standarisasi tubuh ideal yang menyebar luas melalui media sosial pada akhirnya membentuk citra tubuh ideal dalam pemikiran masyarakat, khususnya bagi remaja. Citra tersebut cukup untuk membuat remaja membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain hingga memunculkan rasa malu pada remaja

itu sendiri. Selain itu, hal ini juga memicu orang-orang untuk mengejek atau mengkritik fisik seseorang yang dinilai tidak memenuhi standar.

1.5.5 Perundungan (*bullying*) *Fat Shaming*

Dalam tindakan agresi, *fat shaming* dinilai sebagai salah satu bagian dari perilaku perundungan atau *bullying*. Olweus (1994) secara khusus mengembangkan teori agresi proaktif untuk menjelaskan fenomena *bullying* secara lebih luas, yakni tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok tertentu untuk tujuan tertentu (Graf et al., 2022:2). Bukan sekadar kelompok yang melakukan aksi buruk karena provokasi dari orang lain. Pelaku melakukan *bullying* dengan intimidasi dan penekanan terhadap korban secara temperamental. Bahkan, tidak segan-segan untuk menindas korban secara terus menerus demi mendapat kekuasaan dan dominasi, hingga korban menjadi lemah secara mental.

Olweus mendefinisikan perundungan (*bullying*) sebagai tindakan agresif atau berpotensi menyakiti yang dilakukan secara berulang-ulang kepada seseorang yang lemah atau tidak memiliki kekuasaan (Menin et al., 2021:2). Lebih lanjut, Olweus juga menerangkan bahwa *bullying* dapat berpengaruh buruk terhadap korban, entah secara fisik maupun mental. Ketika pelaku memiliki kekuatan yang lebih besar daripada korban, mereka dapat dengan mudah melakukan intimidasi. Mengacu pada definisi *bullying* dari Olweus, dapat diidentifikasi 5 komponen terpenting dalam tindak *bullying*, yakni ketidakseimbangan kekuatan, niat untuk menyakiti, korban mengalami kerugian, pengulangan, dan perilaku agresif (Menin et al., 2021:2).

Astuti (2008:22) menjelaskan dalam bukunya “*Meredam Bullying: 3 Cara Efektif Menanggulangi Kekerasan pada Anak*”, terdapat 2 bentuk *bullying* yang dapat terjadi kepada seseorang, diantaranya yaitu:

1. *Bullying* fisik

Bullying fisik menjadi bentuk perundangan yang paling jelas dilakukan, yaitu berusaha melukai korban secara fisik, seperti

menggigit, memukul, menendang, menarik rambut, dan tindakan agresi fisik lainnya.

2. *Bullying* non-fisik

Bullying non-fisik merupakan perundungan yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata buruk, menyakiti, ataupun merendahkan seseorang sehingga membuat korbannya lemah secara mental. Pelaku biasanya menggunakan kata-kata sarkasme untuk mempermalukan korban, entah disengaja ataupun tidak. *Bullying non-verbal* dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

- a. Verbal: Pemerasan, intimidasi, mengancam, menghasut, berkata buruk, menekan, menyebarkan kejelekan korban, dan bentuk *bullying* lain yang dilakukan menggunakan kata-kata.
- b. *Non-verbal*: Bentuk *bullying* yang dilakukan melalui perilaku ataupun ekspresi terhadap korban.
 - *Non-verbal* tidak langsung, seperti memanipulasi pertemanan, pengasingan korban dari lingkup pertemanan ataupun kelompok sosial, mengacuhkan korban, dan tidak mengajak korban berbicara.
 - *Non-verbal* langsung dapat berupa gerakan atau gesture mengancam, raut muka mengintimidasi, menggeram, hentakan, dan menakut-nakuti.

Mengacu pada bentuk-bentuk *bullying* di atas, tindak *fat shaming* dapat diklasifikasikan ke dalam bentuk *bullying non-fisik* secara verbal. *Fat shaming* sendiri dapat didefinisikan sebagai kritik, celaan, ataupun tindakan mempermalukan seseorang yang mempunyai badan gemuk (Akbar et al., 2020:7084-7085).

Fat shaming juga merupakan salah satu bentuk dari tindak perundungan *body shaming* yang terjadi di masyarakat. Kurniawati &

Lestari (2021:71) membagikan 3 ciri-ciri perilaku *body shaming*, diantaranya yakni:

- a. Mengkritik fisik/penampilan sendiri dengan mengacu pada standar kecantikan atau membandingkan diri terhadap orang lain
- b. Menghina, mengkritik, mempermalukan fisik atau penampilan orang lain di depan publik/ banyak orang
- c. Menghina, mengkritik, mempermalukan fisik atau penampilan orang lain tanpa diketahui korbannya.

Dari berbagai bentuk *body shaming* yang terjadi, perundungan *fat shaming* diketahui menjadi yang paling banyak terjadi di masyarakat Indonesia. Menurut penelitian yang di unggah dalam BMC Public Health, terungkap bahwa dari 30 responden perempuan dan laki-laki yang memiliki badan gemuk pernah menerima perundungan *fat shaming* (Hadiyanti, 2021). Pengalaman ini membuat korban yang sedang mencoba berolahraga untuk hidup sehat mengurungkan niatnya dan enggan untuk melanjutkan olahraga.

Bullying fisik maupun *non-fisik*, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk merendahkan harga diri korban dan mendominasinya. *Bullying non-fisik* (verbal) lebih sulit diketahui daripada *bullying* secara fisik karena tidak diketahui tanda-tandanya secara kasat mata. Meski demikian, bukan berarti efek yang dirasakan korban lebih ringan daripada *bullying* fisik. Perundungan verbal akan sangat membekas dalam ingatan korban selama hidupnya.

Secara umum, *bullying* verbal lebih banyak ditemui dan dilakukan di masyarakat, misalnya mengejek, melemahkan, bergosip, berkomentar buruk, ataupun intimidasi. Fenomena tersebut kerap kali terjadi dalam lingkup pertemanan, keluarga, atau bahkan pendidikan formal sekalipun, seperti di sekolah dan perguruan tinggi.

Komentar-komentar negatif yang semakin menumpuk dapat menimbulkan dampak buruk bagi mental maupun fisik korban. *Fat shaming* memicu timbulnya gangguan makan, kecemasan, kemarahan, ketidakpuasan terhadap tubuh, dan depresi pada korbannya (Soleman &

Elindawati, 2019:591). Gangguan makan atau *eating disorder* menjadi salah satu gangguan mental serius yang dapat berakibat fatal. Terlalu obsesi dalam hal penampilan dan berat badan dapat berujung pada pola makan yang tidak normal. Akibatnya, munculah gangguan makan, seperti *anoreksia nervosa* (obsesi memiliki tubuh kurus di bawah normal) dan *bulimia nervosa* (makan berlebih, lalu memuntahkannya secara paksa). Selain itu, perlakuan *fat shaming* dapat memicu munculnya perasaan ragu, ketakutan, *anxiety* (kecemasan berlebih), dan depresi jangka panjang (Karyanti & Aminudin, 2019:87). Dampak paling buruknya adalah saat korban merasa sangat depresi hingga ingin melukai diri sendiri hingga muncul niatan untuk bunuh diri.

1.5.6 Fat Shaming di Media Sosial Instagram pada Remaja

Terlepas dari banyaknya manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh media baru, tidak menutup kemungkinan adanya efek negatif yang muncul di tengah-tengah masyarakat, yakni kebingungan, kekacauan, perbedaan, perpecahan, dan perpisahan (Littlejohn et al., 2017:149). Munculnya jaringan internet dalam kehidupan masyarakat turut mendukung menjamurnya fenomena *fat shaming* pada media baru. Komunikasi yang terjalin dalam media baru memungkinkan seseorang untuk bertukar pesan, teks, suara, video melalui beragam platform media sosial. Akibatnya, pelaku *fat shaming* tidak hanya dapat melancarkan aksinya secara *face to face* (langsung), namun juga melalui media baru, salah satunya Instagram.

Sebagai media sosial berbasis visual, Instagram memiliki beragam fitur menarik yang dapat diakses oleh penggunanya dengan mudah. Beberapa diantaranya, yaitu mengunggah foto/video ke dalam *feed*, Instagram *stories*, efek foto yang beragam, dan tentunya memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lain melalui fitur *likes*, komen, serta *direct message* (DM). Kolom komentar dan *direct message* (DM) menjadi yang paling sering digunakan pengguna Instagram untuk menyampaikan pesan. Fitur komen tersedia di setiap postingan *feed* Instagram dan memungkinkan pengguna lain untuk dapat

melihatnya. Sesuai dengan namanya, fitur ini berfungsi untuk mengomentari atau menanggapi suatu postingan, entah itu foto atau video yang dibagikan oleh pengunggah. Sedangkan *direct message* (DM) merupakan fitur Instagram yang dapat digunakan seseorang untuk mengirim atau membagikan pesan berupa teks, gambar, ataupun video secara langsung kepada pengguna lain.

Alih-alih menggunakannya untuk mengomentari atau membagikan pesan-pesan yang sifatnya positif, ada pula yang memanfaatkan fitur komen dan *direct message* (DM) untuk mengejek fisik atau menyerukan ujaran kebencian kepada seseorang yang dinilai tidak memenuhi standar kecantikan atau ketampanan ideal. Dalam kedua fitur inilah kerap ditemui tindak *fat shaming*.

Sebagai media sosial berbasis visual, Instagram juga memicu seseorang untuk menilai orang lain melalui fisik. Dalam hal ini, media sosial turut andil dalam menyebarkan konstruksi standar kecantikan kepada khalayak lewat iklan maupun konten-konten yang disajikan. Hal tersebut semakin memudahkan pelaku untuk melakukan aksi *fat shaming* dengan didasari pada penilaian masyarakat terhadap fisik seseorang. Kerap kali *fat shaming* dianggap sebagai sesuatu yang lumrah. Bahkan ada dari mereka (pelaku) yang berlindung dibalik kata “*bercanda*” atau “*demi kebaikan diri kamu*”. Akibatnya, perilaku *fat shaming* tidak hanya dilakukan secara langsung, tapi juga melalui media sosial.

Bentuk perundungan *fat shaming* yang dilakukan melalui media baru dapat disebut dengan *cyberbullying*, yaitu mengirim atau memposting konten berisi intimidasi menggunakan teknologi digital, seperti media sosial, *handphone*, dan platform *game online* (Willard, 2007:1). Dengan memanfaatkan teknologi dan internet, pelaku dapat lebih mudah mengintimidasi korban tanpa bertemu langsung. Mudahnya membuat akun media sosial juga menjadikan pelaku merasa lebih aman dengan berlindung dibalik akun palsu (anonim). Dalam kasus ini, komentar buruk terhadap fisik menjadi salah satu bentuk *bullying* yang banyak ditemui di media sosial.

Willard Nancy (2007:5-11) dalam bukunya “*Cyberbullying and Cyberthreats*”, menyebut ada 8 macam bentuk *cyberbullying* yang dapat terjadi kepada seseorang, diantaranya yaitu:

1. *Flaming* (amarah), yaitu pelaku mengirim pesan berupa teks berisi ungkapan buruk dan penuh amarah
2. *Harrasment* (gangguan), yaitu pelaku mengirim pesan berupa gangguan dengan dikirim melalui email, sms, ataupun lewat media sosial dan dilakukan secara rutin
3. *Denigration* atau pencemaran nama baik, yakni mengumbar keburukan seseorang di media maya untuk merusak reputasi atau citra korban di hadapan publik
4. *Cyberstalking* (mengikuti), yaitu perlakuan pencemaran nama baik sekaligus mengganggu korban dengan intens untuk bertujuan memberi rasa takut kepada korban
5. *Impersonation* (peniruan), yaitu berpura-pura menjadi orang lain dan merusak nama baik korban dengan mengirim pesan atau status yang sifatnya negatif.
6. *Trickery* (menipu), yaitu menipu seseorang untuk mendapatkan rahasia atau foto pribadi korban dengan tujuan tertentu.
7. *Outing* yakni menyebarkan foto-foto aib atau rahasia seseorang yang sifatnya pribadi untuk tujuan tertentu
8. *Exclusion* (mengeluarkan), yaitu dengan sengaja mengeluarkan seseorang dari grub online.

Secara kultural, fenomena *fat shaming* merupakan kunci dari segala jenis pelecehan *body shaming*, yaitu ketika seseorang merasa malu saat dirinya tidak hidup sesuai dengan apa yang diinternalisasi oleh masyarakat, khususnya perihal ukuran badan atau penampilan tubuh. Tanpa sadar, orang-orang menjadi lebih mudah untuk memantau dan menilai tubuh orang lain, termasuk mengkhawatirkan diri sendiri tentang bagaimana penampilannya di mata publik.

Dalam kasus ini, remaja seringkali menjadi sasaran utama perundungan *fat shaming* di Instagram. Badan Kependudukan dan

Keluarga Berencana (BKKBN) sendiri menjelaskan bahwa usia remaja adalah seseorang dengan rentan umur 10-24 tahun dan belum menikah. Sementara itu, Association of Maternal & Child Health Program menyebut ada tiga fase remaja dengan didasarkan pada tahap perkembangan usianya, yakni fase remaja awal dengan rentan usia 10-13 tahun, fase remaja pertengahan usia 14-17 tahun, dan fase remaja akhir yaitu 18-24 tahun.

Menurut hasil survey yang dilakukan Gani dan Jalal (2021:158-159), diketahui bahwa perundungan berat badan (*fat shaming*) adalah yang paling banyak diterima oleh remaja di Indonesia, yakni 57,1%. Pengalaman ini menjadikan remaja menilai fisiknya ke arah negatif, sehingga membentuk penilaian buruk terhadap diri sendiri.

Tidak dapat dipungkiri bahwa permasalahan berat badan kerap menjadi momok bagi remaja perempuan maupun laki-laki. Di mana pada masa ini, remaja mulai sadar dan peduli akan penampilan yang mereka perlihatkan kepada publik (Gam et al., 2020:1324). Selain itu, kelompok remaja juga mendominasi penggunaan media Instagram, sehingga membuat mereka mudah termakan tren dan iklan-iklan kecantikan atau ketampanan yang ditampilkan di dalamnya. Kondisi inilah yang pada akhirnya memicu banyaknya penghinaan fisik pada remaja. Adanya standarisasi tubuh ideal membuat orang-orang mudah untuk mengejek, mempermalukan, ataupun menghina fisik orang-orang yang dinilai tidak memenuhi standar kecantikan/ketampanan.

Seorang *cybervictim* atau korban *cyberbullying* dapat diidentifikasi dengan melihat gerak-gerik atau perilaku dan emosi yang ditunjukkan oleh korban. Dalam buku “*Cyberbullying & Body Shaming*” karya Aminudin (2019:75), beliau membagikan tanda-tanda remaja yang mungkin tengah menjadi *cybervictim*, diantaranya yaitu:

1. Menghindari perangkat teknologi, seperti komputer, *handphone*, tablet, dan teknologi lain. Tampak *stress* saat menerima pesan, email, teks, ataupun notifikasi lainnya.

2. Menghindari keluarga dan teman, enggan untuk sekolah ataupun bersosialisasi dengan orang lain.
3. Menghindari obrolan mengenai komputer, *handphone*, ataupun teknologi lainnya
4. Sering terlihat sedih, khawatir, frustrasi, depresi dan tidak tenang, terutama setelah mengakses komputer dan *handphone*
5. Nilai atau produktifitas menurun
6. Kurang makan dan tidur hingga menjadi sakit.

Pelaku *fat shaming* biasa melakukan aksi mereka dengan melontarkan kata-kata atau komentar negatif mengenai fisik kepada korbannya. Terlebih jika hal tersebut dilakukan melalui platform media online. Pelaku akan lebih mudah melancarkan aksinya, bahkan kepada orang yang tidak dikenal sekalipun. Aktivitas yang hanya dilakukan lewat layar ini membuat orang lain tidak mampu melihat ekspresi wajah, intonasi bicara, dan membatasi kepekaan emosional lawan bicaranya. Sehingga pelaku perundungan tidak dapat mengetahui pasti bagaimana perasaan dan kondisi korban setelah menerima perlakuan *fat shaming*.

Di sisi lain, *fat shaming* dan *body image* merupakan dua hal yang saling berhubungan. Permasalahan *fat shaming* tidak berhenti pada mempermalukan fisik seseorang di media, akan tetapi lebih luas, yaitu turut memaksa masyarakat untuk mengadopsi standar tubuh ideal tertentu yang kerap diekspektasikan masyarakat dengan tidak realistis (Karyanti & Aminudin, 2019:82). Pada akhirnya, berat badan dan penampilan ideal dijadikan sebagai ciri keberhasilan seseorang dalam mengelola berat badan dan penampilan.

1.6 Asumsi Penelitian

Dalam era digital, perundungan *fat shaming* mulai bertransformasi yang awalnya dilakukan secara langsung, kini juga mulai merambah di media sosial, seperti Instagram. Perkembangan media baru memunculkan lebih banyak interaksi di media sosial. Sehingga tidak jarang memicu penyalahgunaan media sosial oleh pelaku *bullying* sebagai alat atau media untuk mengirimkan komentar-komentar buruk mengenai fisik seseorang. Di sisi lain, media sosial juga memiliki andil dalam menyebarkan tren dan nilai-nilai standarisasi tubuh ideal hingga memicu timbulnya tindak *fat shaming* atau penghinaan terhadap fisik seseorang yang tidak memenuhi standar tubuh ideal. Normalisasi kasus penghinaan fisik menjadikan *fat shaming* dipandang sebagai hal wajar bagi banyak orang saat ini. Padahal, banyak korban yang merasa tersakiti karena hal tersebut, meski tidak ditunjukkan secara langsung.

Makna dari fenomena realita sosial dapat dipahami melalui interkomunikasi yang dilakukan seseorang terhadap orang-orang disekitarnya. Dalam fenomena *fat shaming*, hal yang dapat dilakukan untuk memahami makna fenomena *fat shaming* pada remaja (korban) yakni melalui percakapan atau komunikasi yang dilakukan remaja sebagai korban perundungan dengan pelaku dan orang-orang di sekitarnya. Dengan kata lain, komunikasi yang dibangun antara dua orang atau lebih akan menciptakan sebuah makna dari fenomena atau realita sosial yang dialami. Oleh karena itu, penting mengetahui komunikasi yang dibangun korban *fat shaming* kepada pelaku dan orang lain untuk dapat memahami makna sebenarnya dari fenomena *fat shaming* dari sudut pandang korban.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini akan mendalami pengalaman komunikasi yang dilakukan remaja (korban) untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang diterimanya melalui media sosial Instagram. Terutama mengenai komunikasi yang remaja bangun kepada pelaku perundungan dan orang-orang yang ada disekitarnya sebagai upaya untuk *survive* dari tindak *fat shaming* yang diterima di Instagram. Dengan mengetahui komunikasi tersebut, maka dapat dihasilkan

sebuah pemahaman makna terkait fenomena *fat shaming* dari sudut pandang korban. Sebagai upaya untuk dapat memahami pengalaman komunikasi remaja (korban *bullying*) untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang terjadi di Instagram, beberapa hal yang akan dilihat, yakni:

1. Pemaknaan remaja terhadap *fat shaming*

Hal ini berkaitan tentang aturan konstruktif dalam teori *coordinated management of meaning* (CMM) yang merujuk tentang bagaimana remaja (korban *bullying*) memaknai pesan atau peristiwa *fat shaming* yang diterima. Hal ini dapat membantu peneliti dalam memahami bagaimana pesan diberikan, diterima, dan dipahami.

2. Tindakan yang dilakukan untuk mengelola perundungan *fat shaming*

Tindakan yang dilakukan untuk mengelola *fat shaming* berkaitan dengan aturan regulatif dalam teori *coordinated management of meaning* (CMM) yang menjelaskan mengenai bagaimana remaja (korban *bullying*) dalam memberikan respon atau tindakan dalam sebuah percakapan. Di mana tindakan tersebut didasarkan pada bagaimana narasumber memaknai pesan *fat shaming* yang diterima.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu peristiwa atau realita yang terjadi di dunia. Deskriptif merupakan bagian dari penelitian kualitatif di mana mempelajari hal-hal mengenai realitas kehidupan dan mencoba untuk memahami atau menafsirkan makna dari sebuah fenomena yang pernah dialami oleh seseorang (Creswell, 2018:35). Oleh karena itu, penelitian ini lebih menekankan pada analisis makna, penalaran, serta definisi sebuah konteks yang berkaitan dengan realitas kehidupan sosial.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan fenomenologi, yakni *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang dikembangkan oleh Jonathan Smith, di mana peneliti akan fokus untuk memahami suatu pengalaman seseorang secara mendetail. Smith (2004)

menjelaskan bahwa *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) bertujuan untuk mengungkap bagaimana narasumber atau subjek penelitian memaknai dunia pribadi dan sosialnya dengan menekankan pada persepsi atau pendapat personal individu mengenai suatu peristiwa secara rinci (Noon, 2018:75). Oleh karena itu, diperlukan wawancara mendalam atau *indepth interview* untuk dapat memahami pengalaman seseorang dengan detail.

Dalam pendekatan ini, peneliti melibatkan dua tahap interpretasi yang disebut dengan hermeneutik ganda, yaitu narasumber mencoba untuk memahami pengalamannya sendiri dan peneliti juga mencoba memahami pengalaman narasumber (Howard et al., 2019:1). Dengan kata lain, pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) menempatkan peneliti sebagai instrumen penelitian yang aktif untuk memahami pengalaman narasumber. Sehingga, peneliti nantinya akan mendapatkan suatu pengalaman unik dari narasumber.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menyajikan realita pengalaman dari sudut pandang narasumber terkait komunikasi yang dilakukan kepada pelaku *fat shaming* dan orang-orang disekitarnya sebagai upaya untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang diterima di Instagram. Tidak menutup kemungkinan, apabila pengalaman tersebut juga bisa menjadi motivasi bagi pihak lain (korban *fat shaming*) untuk lebih percaya diri dan bergerak menuju kehidupan yang lebih baik.

1.8.2 Subjek Penelitian

Teknik pengambilan subjek dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan karakteristik tertentu, di mana masing-masing narasumber memiliki pengetahuan dan pengalaman yang kuat mengenai fenomena yang diteliti, yaitu *fat shaming*. Selain dibutuhkan pengetahuan dan pengalaman, subjek juga harus bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian dan mampu mengkomunikasikan atau bercerita pengalaman serta pendapatnya secara ekspresif.

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan melibatkan remaja perempuan dan laki-laki yang pernah mengalami perundungan *fat*

shaming di Instagram untuk menjadi narasumber atau subjek penelitian. Adapun karakteristik subjek yang dipilih dalam penelitian kali ini, yakni:

1. Remaja (perempuan atau laki-laki) usia 18-24 tahun
2. Pernah mengalami perundungan *fat shaming* secara berulang di Instagram
3. Pernah melakukan komunikasi dengan pelaku *fat shaming* dan dengan orang-orang di sekitarnya seperti keluarga, teman, psikolog, atau lainnya tentang pengalaman *fat shaming* yang dialami.

Fenomenologi dinilai memiliki kemampuan untuk memahami identitas dan pandangan seseorang mengenai suatu hal dengan mengacu pada pengalaman yang telah dituturkan oleh narasumber. Penelitian ini dilakukan pada remaja perempuan dan laki-laki yang memenuhi karakteristik di atas untuk memperoleh data mengenai pengalaman komunikasi yang dilakukan remaja untuk mengelola tindak *fat shaming* yang diterima di media sosial Instagram.

1.8.3 Jenis Data

Penelitian kualitatif ini menghasilkan data berbentuk teks atau kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara narasumber yang dikumpulkan menjadi satu (Raco, 2010: 7). Data yang didapatkan lalu dianalisis dan dideskripsikan lebih lanjut secara detail. Hasil dari analisis dapat berupa penggambaran atau disajikan dalam bentuk tema-tema. Dilengkapi dengan transkrip wawancara dan data dokumen berupa foto untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

1.8.4 Sumber Data

1.8.4.1 Sumber Data Primer

Data primer merupakan data berupa kata-kata yang disampaikan secara lisan dan melalui perilaku oleh narasumber atau objek penelitian (Siyoto & Sodik, 2015:28). Dikarenakan

penelitian ini bersifat mendalam, maka data primer diambil langsung dari hasil wawancara dengan remaja perempuan dan laki-laki usia 18-24 tahun yang pernah mengalami perundungan *fat shaming* di Instagram.

1.8.4.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang sudah dikumpulkan oleh peneliti atau orang lain sebelumnya (Siyoto & Sodik, 2015:58). Data sekunder dapat diperoleh melalui buku, catatan, jurnal, laporan, data statistika (BPS) dan lainnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder berupa jurnal, buku, buku elektronik (*e-book*) dan catatan.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

1.8.5.1 *Indepth Interview*

Indepth interview atau wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh cerita atau pengalaman hidup seseorang secara detail (Raco, 2010:117). Dengan mengajukan beberapa pertanyaan, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai persepsi, pendapat, perasaan, sikap, serta perilaku narasumber terhadap fenomena yang diteliti. Hal inilah yang merupakan jalan bagi peneliti untuk memahami pengalaman mereka.

1.8.5.2 Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan data teknik pengumpulan data berupa material yang tersimpan, dapat berupa memorabilia atau korespondensi, audiovisual, foto, dan audio (Raco, 2010:111). Studi dokumen dapat menjadi data pendukung untuk melengkapi catatan penelitian. Oleh karena itu, studi dokumen juga dibutuhkan dalam penelitian kali ini sebagai pelengkap data primer. Dokumen yang dikumpulkan pada penelitian ini, yaitu berupa gambar atau foto dari tindak perundungan *fat shaming* yang terjadi di Instagram.

1.8.6 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami pemaknaan remaja (korban *bullying*) tentang dunianya serta memahami perspektif pribadi remaja perihal pengalaman komunikasi yang dilakukan untuk mengelola perundungan *fat shaming* di Instagram.

Adapun tahapan dalam menganalisis dan menginterpretasi data menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) menurut Langdrige (111:2007) adalah sebagai berikut:

1. *Reading and Re-Reading*

Tahap pertama setelah wawancara diubah dalam bentuk transkrip, yakni membaca berulang-ulang transkrip yang didapat. Peneliti perlu sabar dan hati-hati dalam membaca hasil wawancara narasumber. Hal ini dilakukan agar peneliti mampu memahami secara mendalam mengenai dunia dan sudut pandangan narasumber terhadap pengalaman yang dialami atau dalam penelitian ini adalah tentang pengalaman komunikasi narasumber dalam mengelola perundungan *fat shaming* di Instagram.

2. *Pencatatan awal/initial noting*

Tahap kedua, yakni memberikan komentar/catatan terhadap hasil transkrip narasumber yang dinilai penting. Komentar bisa berupa ringkasan atau interpretasi. Tahap ini bertujuan untuk menunjukkan inti hal disampaikan oleh narasumber

secara lebih ringkas/singkat. Peneliti dapat memasukkan terlebih dahulu penuturan narasumber yang dinilai penting ke dalam tabel, lalu memberikan komentar/catatan di sebelah kanan tabel.

3. *Mengembangkan tema emergen (developing emergent themes)*

Setelah memberi komentar/catatan pada transkrip, selanjutnya catatan tersebut dikembangkan menjadi pernyataan yang lebih bermakna, di mana mencerminkan tema makna yang lebih luas.

Tema yang muncul merupakan hasil interpretasi peneliti dalam bentuk kalimat yang lebih singkat yang mewakili ucapan narasumber.

4. Mengembangkan tema superordinate

Hal pertama yang dilakukan untuk mengembangkan tema super-ordinat adalah dengan mengidentifikasi tema emergen yang berhubungan untuk kemudian dibentuk menjadi tema superordinat. Lalu, tema emergen dapat dimasukkan pada tema superordinat yang sesuai. Peneliti dapat menghilangkan beberapa tema yang dirasa tidak sesuai dengan tema superordinate.

5. Beralih ke kasus selanjutnya

Apabila proses analisis 1-4 telah dilakukan pada narasumber pertama, maka peneliti bisa melanjutkan untuk narasumber selanjutnya dengan melakukan tahapan-tahapan yang sama seperti sebelumnya. Prosedur ini diulangi untuk semua kasus sampai narasumber terakhir.

6. Menemukan pola antarsubjek

Setelah semua kasus telah dianalisis, peneliti bisa mulai mencari pola-pola serupa yang muncul diantara narasumber. Pola yang terbentuk akan menjadi pola induk/final themes yang terdiri dari beberapa tema super-ordinat. Pola induk/final themes ditentukan berdasarkan pola yang terbentuk dan berkaitan dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu peneliti perlu mengidentifikasi dengan baik tema-tema superordinat yang muncul.

4. Menyajikan hasil analisis

Temuan dari hasil analisis dapat disajikan secara naratif. Peneliti dapat menyajikan tema induk dengan memaparkan masing-masing tema superordinat secara runtut. Dalam hal ini, peneliti menyajikan hasil analisis dengan memaparkan setiap tema superordinate disertai sub tema agar penjelasan lebih detail dan mendalam. Tema-tema ini dijelaskan dengan didukung oleh kutipan atau penuturan yang diambil dari hasil wawancara narasumber.

1.8.7 Kualitas Data (*goodness criteria*)

Keabsahan data (*goodness criteria*) dapat dipahami sebagai validitas data atau seberapa baik data mempresentasikan suatu fenomena atau peristiwa yang diteliti. Hal ini merupakan salah satu tahap untuk menghasilkan penelitian yang valid dan beretika. Artinya, penelitian harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pasalnya, apabila terdapat kesalahan dalam data yang diperoleh, maka dapat berujung pada kesimpulan yang salah pula. Ada tiga teknik yang digunakan untuk menjamin akurasi dan kredibilitas hasil penelitian (Raco, 2010:134), diantaranya yaitu:

1. Triangulasi data, yaitu penelitian menggunakan beragam data, lebih dari satu teori, dan beberapa teknik. Penelitian ini menggunakan beragam sumber yang diperoleh dari studi pustaka sebagai data, begitu pula dengan teori dan teknik yang digunakan dalam penelitian.
2. *Member checking*, yaitu meng-*cross check* data hasil wawancara kepada narasumber/partisipan. Pada penelitian kali ini, narasumber nantinya dapat membaca, mengoreksi, menambahkan atau memperkuat hasil wawancara yang telah diolah oleh peneliti.
3. *Auditing*, yaitu melibatkan peran ahli dalam memperkuat hasil penelitian. Dalam hal ini, pihak luar/ahli adalah dosen pembimbing penelitian untuk dapat memberi evaluasi terhadap hasil penelitian yang telah disusun.