

## **Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika**

*Body Shaming in The Virtual: Netnographic Study on Youtube Accounts Rahmawati Kekeyi Putri Cantika*

---

Yenny

Sri Wahyuning Astuti

Fakultas Ilmu komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta  
yenny.puc@mercubuna.ac.id; asriesoebagyo@gmail.com

---

*Dikirim: 25 Juni 2019 Direvisi: 10 Juli 2019 Disetujui: 12 Juli 2019*

### ***Abstract***

*Body shaming or denouncing others for their physical appearance is still widely found in both the real world and cyberspace. Giving comments, both positive and negative, becomes a part that is not separated from the use of social media. Various comments were given by the body shaming actors starting from physical appearance, fat shaming, face, skin, nose and all that are attached to the limbs. Body shaming victims are not only famous artists but also influencers and other social media users cannot be separated from netizens' comments. As experienced by Rahmawati kekeyi putri. Beauty bloggers who upload makeup tutorials that are "anti-mainstream" also get body shaming. This research, trying to map the type and pattern of body shaming received by Rahmawati Kekeyi Putri, by using a netnographic approach from youtube owned by Rahmawati Kekeyi Putri. The results of the study show that there are still many netizens who do body shaming, with various comments.*

***Keywords: Body shaming, Youtube, Beauty vlogger, Netnography***

### **Abstraksi**

*Body shaming* atau mencela orang lain atas penampilan fisik hingga saat ini masih banyak ditemui baik di dunia nyata maupun dunia maya. Memberikan komentar baik positif maupun negatif, menjadi bagian yang tidak dipisahkan dari penggunaan media sosial. Beragam komentar diberikan pelaku *body shaming* mulai dari penampilan fisik, *fat shaming*, wajah, kulit tubuh, hidung dan semua yang melekat pada anggota tubuh. Korban *body shaming* tidak hanya artis terkenal, namun juga influencer maupun pengguna media sosial lain tidak lepas dari komentar *netizen*. Seperti yang dialami oleh Rahmawati kekeyi putri. Beauty blogger yang mengupload tutorial make up yang “anti mainstream” ini juga mendapatkan *body shaming*. Penelitian ini, mencoba memetakan jenis dan pola *body shaming* yang diterima oleh Rahmawati Kekeyi Putri, dengan menggunakan pendekatan netnografi dari *youtube* milik Rahmawati Kekeyi Putri. Hasil kajian menunjukkan, bahwa masih banyak *netizen* yang melakukan *body shaming*, dengan komentar yang beragam.

**Kata kunci:** *Body shaming*, *Youtube*, *Beauty vlogger*,  
**Netnografi**

## I. PENDAHULUAN

Pengguna sosial media aktif, tentu tidak asing dengan Rahmawati Kekeyi Putri Cantika ini. Rahmawati Kekeyi Putri Cantika adalah seorang *Youtuber* yang viral karena videonya (*Placeholder1*) yang berjudul '*25k makeup challenge*'. Sebenarnya video tersebut sudah di unggahnya pada tanggal 28 April 2018 dan kini sudah ditonton lebih dari 4,1 juta kali. Sampai saat ini Rahmawati Kekeyi sudah punya subscriber lebih dari 161 ribu dan terdapat 39 video di akun *Youtube* miliknya.

Bahkan akun instagram pasangan Rafi Ahmad dan Nagita Slavina yaitu @raffinagita1717 pun jadi salah satu followers-nya. Karena video '*25k makeup challenge*' yang di unggahnya membuat para beauty vlogger terinspirasi dari caranya memakai makeup yang menggunakan balon berisi air sebagai pengganti beauty blender.

Rahmawati Kekeyi atau yang akrab disapa kekeyi ini memang istimewa. Kepercayaan dirinya sangat besar, meski dia sadar betul bahwa dirinya tidak memiliki fisik yang sempurna seperti beauty blogger pada umumnya. Dengan tinggi badan yang kurang dari 100 centimeter diusianya yang sudah menginjak 23 tahun, kekeyi mungkin tidak seperti orang kebanyakan. Namun ditengah kekurangannya dan keterbatasannya, kekeyi merasa ingin berubah dan menghasilkan sesuatu yang berguna.

Namun, tidak semua yang dilakukan oleh kekeyi mendapat tanggapan positif. *Netizen* beragam dalam

mengomentari apa yang dilakukan oleh kekeyi, meski banyak yang mendukung dan salut dengan apa yang dilakukan kekeyi yang dianggap menginspirasi, tapi tidak jarang dari mereka yang justru menghina dan melakukan *body shamming* atas penampilan kekeyi. Komentar yang diberikan *netizen* cenderung menyerang atau menghina fisik dari kekeyi.

*Body shame* merupakan perasaan malu yang muncul akan salah satu bagian tubuh individu ketika penilaian orang lain dan penilaian diri sendiri tidak sesuai dengan diri ideal yang diharapkan individu. (Nol&Frederickson,, 1998). *Body shaming* itu cuma istilah lain untuk “mencela orang lain atau dirimu sendiri karena penampilan fisiknya”. Misalnya, mengejek orang lain karena dia gendut, mencela orang lain karena bentuk tubuhnya, mencibir seseorang karena warna kulitnya, dan contoh-contoh lainnya.

*Body Shame* sedang marak terjadi di dunia saat ini dan fenomena ini bukanlah fenomena yang baru. Sejak dulu fenomen ini sudah dialami oleh masyarakat di belahan bumi barat (Dolezal, 2015). Data yang diperoleh dari sebuah survei majalah BLISS menunjukkan 90% remaja dari 5053 tidak bahagia dengan bentuk tubuhnya. Hanya 19% yang memang mengalami kelebihan berat badan, 67% berpikir bahwa mereka perlu menurunkan berat badan, serta 64% sedang menjalani diet (“90% teend unhappy, 2016).

Saat ini *body shaming* bergeser dari dunia nyata ke ruang maya. Orang dengan mudah mengomentari penampilan fisik orang lain. Anonimitas menjadi alasan kuat mereka berani melakukan komentar sarkas tanpa takut identitasnya diketahui. Beragam komentar diberikan pelaku *body shaming* mulai dari penampilan fisik, fat *shaming*, wajah, kulit tubuh, hidung dan semua yang melekat pada anggota tubuh.

Di Indonesia pelaku *body shaming* semakin meningkat, seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet khususnya media sosial. Ruang tanpa batas yang ditawarkan dunia maya, membuat interksi dan pesan yang mereka sampaikan juga tanpa batas. Di Indonesia penggunaan internet dari tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia, dari 262 juta penduduk Indonesia, 50 % diantaranya sudah terpapar internet. Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan masyarakat urban.

Salah satu karya yang dihasilkan oleh pengguna internet adalah membuat content yang kemudian mereka upload didalam media sosial mereka diantaranya you tube. Di situs berbagi video ini, memang banyak jenis video yang bisa kita menikmati. Pengguna maupun penonton hanya tinggal memilih klasifikasi video apa yang akan disaksikan, mulai dari musik, olah raga, game dan berita. Bahkan melalui *youtube* pengguna bisa

melakukan live streaming langsung dan dapat disaksikan penonton diseluruh dunia.

Beberapa tahun terakhir pengguna dan penonton *youtube* di Indonesia semakin bertambah. Berdasar hasil penelitian firma Mildward Brown diketahui bahwa 30 persen jumlah orang yang ada di Indonesia, 52 persen orang menyaksikan video melalui internet – perilaku pemilik *smartphone* di Indonesia lebih memilih menyaksikan video melalui internet daripada menyaksikan tayangan melalui televisi. Pihak *Youtube* sendiri menyatakan bahwa jumlah orang yang menyaksikan *Youtube* lebih besar jumlahnya daripada jumlah orang yang menyaksikan televisi.

Fakta ini menyiratkan bahwa keberadaan *Youtube* menjadi media yang dipilih oleh khalayak. Tidak mengherankan, jika seseorang membutuhkan info yang berkaitan dengan sesuatu hal, orang tersebut akan mencari salah satunya melalui media sosial *Youtube*. Salah satu video yang banyak diminati oleh pengguna media sosial *you tube* adalah tutorial menggunakan kosmetik. Conten ini banyak sekali memiliki viewer karena harus diakui pengguna internet terbanyak Indonesia adalah perempuan.

Banyak *you tuber* (sebutan pengguna *youtube*) yang menguplaod content tentang tutorial kosmetik atau kecantikan. Beberapa *you tuber* yang terkenal dengan content kecantikan diantaranya *rachel goddard*, *Sarah ayu* dan *delani marvel*. Mereka

menampilkan berbagai macam tutorial dengan cara mengupload video saat menggunakan make up.

Beberapa public figur pernah melaporkan dirinya mengalami *body shaming* dari para *netizen* dari unggahan video mereka di media sosial sebut saja audy item, via vallen, prili latuconsina, dan masih banyak artis lain yang mengalami hal serupa. Mereka yang mengalami *body shaming* biasanya seputar *fat shaming*, tentu bentuk tubuh yang dianggap terlalu gemuk atau besar. Atau penampilan fisik lain yang dianggap tidak sempurna seperti bayangan *netizen*. Ungkapan seperti “ kok gendutan sih”., “wah, pipinya tambah chubby aja”., “lemaknya kemana-mana mirip nutrijel”, adalah bagian dari *body shaming* yang biasanya banyak diungkapkan oleh *netizen*.

Meski ungkapan diatas terlihat biasa saja, namun bagi korban *body shaming* akan berdampak sangat dalam. Ucapan yang menyakitkan hati dan tindakan kasar cenderung lebih sulit dilupakan bagi beberapa orang. Maka bukan hal mustahil apabila korban *body shaming* mengalami trauma. Bahkan beberapa kasus ucapan itu selalu teringat dalam waktu yang lama. Trauma fisik pada umumnya lebih cepat pulih jika dibandingkan dengan trauma psikologis. Trauma dapat mengganggu kelangsungan hidup seseorang.

*Body shaming* sering membuat sebagian orang menjadi tidak percaya diri, minder dan ragu untuk memulai sesuatu. Rasa minder yang korban dapatkan biasanya bersifat menetap sehingga

tidak berani melakukan sesuatu. Pada beberapa kasus, *Body shaming* juga mengakibatkan rasa tertekan pada korbannya. Bahkan bisa menjadi alasan si korban untuk melakukan aksi nekat seperti bunuh diri. Selain bunuh diri, bullying secara fisik juga dapat mengakibatkan hilangnya nyawa seseorang.

Melihat banyaknya efek negatif yang ditimbulkan dari *body shaming*, pemerintah memberikan perhatian penuh terhadap pelaku *body shaming*. Penghinaan yang dilakukan melalui media sosial merupakan tindak pidana yang pelakunya dapat dijerat dengan Pasal 27 ayat (3) jo. Pasal 45 ayat (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Sayangnya meski memiliki jeratan hukum yang pasti, namun pelaku *body shaming* tidak pernah berhenti melakukan penghinaan, apalagi jika korban yang dihina atau dikomentari bukan dari kalangan orang terkenal. Kebiasaan *netizen* semakin menjadi karena sikap diam yang diambil oleh korban. Banyak korban *body shaming* yang tidak menanggapi komentar buruk yang ditujukan kepada mereka, akibatnya perilaku pelaku *body shaming* semakin menjadi-jadi. Seperti yang dialami oleh kekeyi dalam akun you tube nya. Dalam setiap posting video miliknya, hampir selalu terdapat komentar “*body shaming*”. Kebanyakan

dari mereka melakukan “*body shaming*” atas fisik kekeyi yang dianggap tidak sempurna.

Karena itulah penelitian ini ingin melihat “*body shaming*” pada akun you tube Rahmawati kekeyi. Akun yang dibuat sejak april 2018 ini sudah memiliki 284 ribu subscriber lebih, dengan jumlah tayangan mencapai 18 juta kali dari keseluruhan video yang diupload.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Media Sosial dan Komentar Negatif**

Media sosial memiliki fungsi menyampaikan informasi, mengajak, mengajar, menyampaikan kecemasan, serta memberikan komentar negatif. Kekuatan media sosial sebagai media komunikasi, telah menembus ruang publik dan ruang pribadi. Pola percakapan dan penggunaan bahasa di dunia maya hampir mendekati komunikasi tatap muka.

Menurut Bajari, Media sosial telah melahirkan generasi baru (N-Gen) dengan ciri-ciri independen, emosional, dan terbuka secara intelektual, inovatif, senang dengan investigasi dekat dan otentik. Fitur dalam media tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi aktivitas, minat, dan hobi. Media sosial juga menjadi ruang untuk penggunanya belajar bahasa dan meningkatkan kemampuan digital.

Namun meski memiliki banyak manfaat positif, media sosial juga memiliki dampak negatif yakni komentar negatif atau

yang lebih dikenal dengan ujaran kebencian. Istilah Ujaran kebencian sejatinya untuk menggambarkan perilaku *netizen* yang menyerang pihak lain dengan kata-kata atau gambar (meme) untuk merendahkan, menghina, atau menebar pesan permusuhan kepada pihak lain yang menjadi lawan.

Bentuk hate speech bisa bermacam-macam, bisa berupa mengomentari fisik atau *body shaming*, menghina penampilan atau mengeluarkan kata-kata kotor.

## **B. Netnografi**

Penelitian dengan metode netnografi yaitu bentuk etnografi yang diadaptasi untuk dunia sosial yang dimediasi perangkat computer (Kozinet, 2010: 68). Netnografi didefinisikan sebagai metodologi riset kualitatif yang mengadaptasi teknik riset etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang terjadi dalam komunikasi termediasi computer (computer mediated communications) (Kozinets, 2002:65).

Netnografi difokuskan pada studi tentang media sosial. Metode netnografi digunakan untuk memahami tipe dari relasi sosial pada jaringan sosial seperti media sosial. Syarat melakukan penelitian ini adalah familiar dengan computer mediated communication (CMC) dan menjadi member dari komunitas di media sosial yang diteliti. Netnografi menganalisis struktur dan pola dari relasi antar anggota komunitas yang disebut actor (nodes) dan relasi antar anggota disebut tie (Kozinets, 2015).

Actors dapat terdiri dari orang, tim, organisasi, cities atau sebuah konsep. Penelitian dengan metode ini tidak memerlukan waktu lama hanya pada periode tertentu seperti halnya penelitian etnografi hanya sampai pola interaksi sebuah komunitas diketahui.

Kozinets menegaskan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus dari riset etnografi untuk mengungkapkan kebiasaan unik dari berbagai jenis interaksi sosial yang termediasi computer (internet). Definisi ini terus berkembang menjadi teknik riset untuk bidang media sosial (Kozinets, 2015: 4-7).

Netnografi juga merupakan sebuah metode untuk mempelajari cybernetics space (cyberspace) dari tekstual yang diinformasikan untuk mempelajari budaya dan masyarakat yang muncul di online. Netnografi merupakan satu-satunya metode yang secara khusus dirancang untuk mempelajari kebudayaan dan komunitas online (Bowler, Jr, 2010). Metode tersebut akan mencari istilah yang tidak diucapkan secara lisan yang merupakan keistimewaan dari sebuah komunitas virtual.

Menurut Kozinets (2010) Netnografi menyediakan panduan dalam menggunakan prosedur observasi-partisipasi pada komunitas online dan budaya yang terwujud melalui komunikasi melalui media komputer. Dengan kata lain, prosedur Netnografi menerapkan prosedur Etnografi yaitu observasi-partisipasi dengan menggunakan media internet seperti komputer, smartpone, sosial media dll.

### **C. *Body Shaming***

Fat *shaming*, juga disebut sebagai *body shaming*, adalah tindakan di mana individu dinilai negatif berdasarkan penampilan fisik mereka. Umumnya, pria dan wanita malu-malu jika mereka tampak "kelebihan berat badan" atau tidak sesuai dengan gambar indah "tipis dan indah." Namun, para peneliti mencatat bahwa mempermalukan dengan sebutan kurus juga merupakan bentuk negatif dan penilaian dan bullying juga. , meskipun tidak lazim.

Menurut Oxford English Dictionary, *body shaming* adalah tindakan atau praktik memalukan seseorang berdasarkan jenis tubuh mereka dengan membuat pernyataan kritis dan / atau mengejek tentang bentuk dan ukuran tubuh mereka.

Psikolog dan akademisi yang mengkhususkan diri pada efek media pada tubuh dan pikiran, bahwa *body shaming* selalu menjadi masalah dalam masyarakat modern hingga taraf tertentu. Namun, dengan penemuan Internet dan platform media sosial, komentar publik tentang semua hal berada pada titik tertinggi sepanjang waktu; termasuk bullying dan mempermalukan individu dan penampilan mereka.

## **II. METODE PENELITIAN**

Pendekatan kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan pisau analisis menggunakan studi netnografi. Metode ini dipilih karena penelitian ini, menggunakan

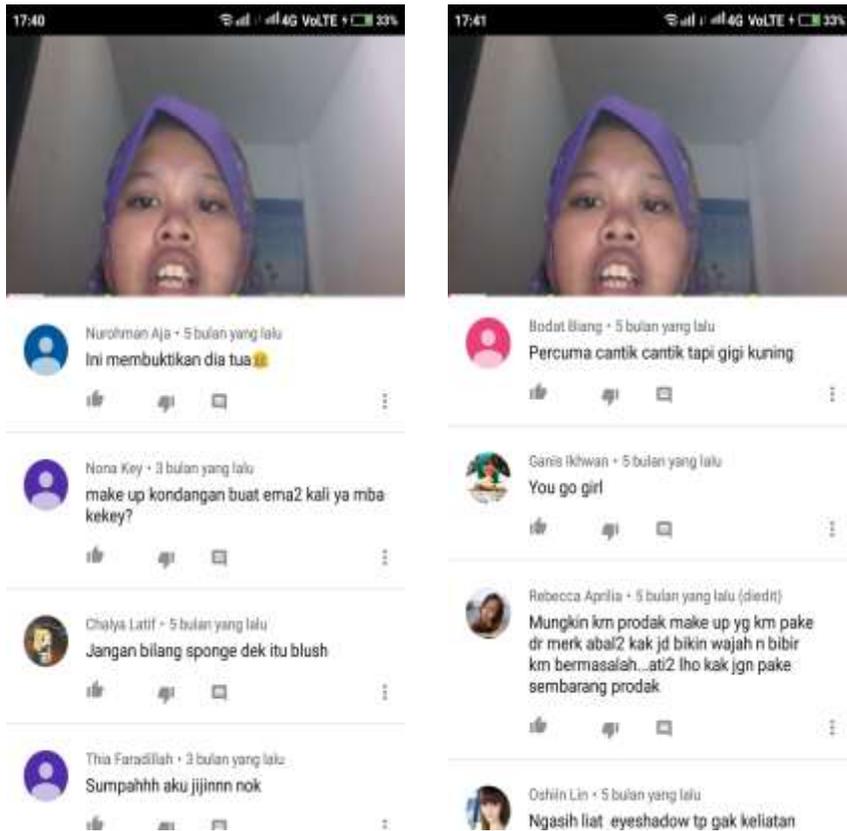
internet sebagai lapangan penelitian. Menurut Kozinets, netnografi, adalah metode penelitian yang khusus dirancang untuk mempelajari budaya dan komunitas *online*. Kozinets mengganti lapangan kerja etnografi menjadi *Computer Mediated Communication* (CMC), atau komputer yang memediasi interaksi. Pedoman melaksanakan netnografi mirip dengan pedoman pelaksanaan penelitian etnografi, namun peneliti netnografi melakukan penelitian etnografi pada budaya *online*.

Dengan metode netnografi, peneliti dapat mempelajari keyakinan, nilai-nilai dan adat-istiadat serta perilaku masyarakat atau kelompok tertentu secara *online*. Hal tersebut disebabkan oleh semakin banyak orang menggunakan Internet, mereka memanfaatkan sebagai alat komunikasi yang memungkinkan untuk memberdayakan pembentukan masyarakat, sehingga tercipta budaya baru yang diciptakan melalui komputer dan dimediasi dengan interaksi sosial.

### **III. PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap video you tube rahmawati kekeyi putri cantika, masih banyak *netizen* yang melakukan *body shaming*, dan berikut kategorisasi *body shaming* yang dilakukan *netizen*. Temuan hasil penelitian dijabarkan sebagai berikut:

## 1. Memberikan Komentar atas Penampilan Fisik Kekeyi Putri



Beberapa *netizen* dengan mudahnya memberikan komentar tentang penampilan fisik kekeyi. Mulai dari Giginya yang terlihat maju, dan berwarna kuning. Tidak hanya itu, kuku Kekeyi yang terlihat kotor juga menjadi bahan bully *netizen*. Komentar tentang penampilan fisik, baik menghina, mencela maupun mengkritik adalah salah satu bentuk dari “*Body*

*Shaming*". Selama ini, *netizen* beralasan bahwa komentar yang diberikan adalah sesuai fakta, dan adalah hak mereka memberikan komentar, mengingat kolom komentar pada video yang ditampilkan tidak dinonaktifkan.

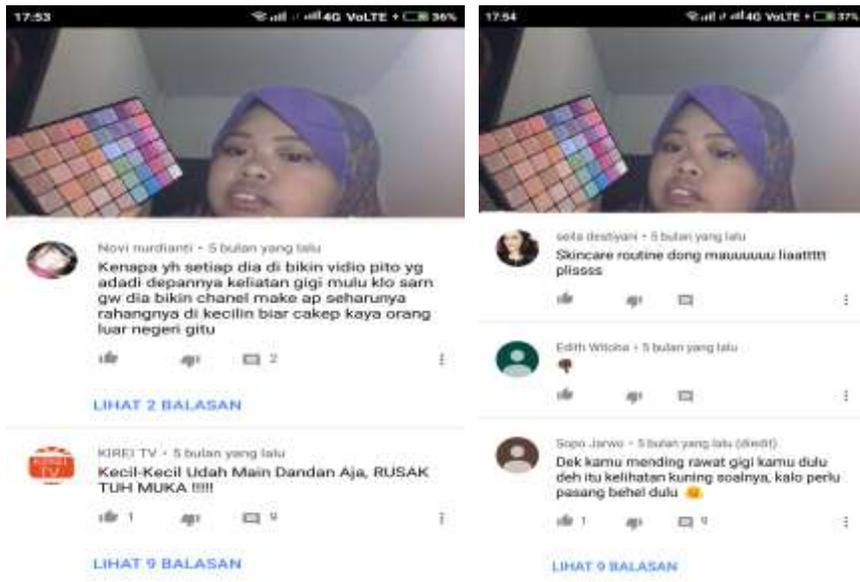
Memberikan komentar sepertinya sudah menjadi hal yang biasa bagi para pengguna media sosial, mereka yang memberikan komentar merasa bahwa apapun bisa dilakukan dengan media sosial yang dimilikinya. Menurut Akbari (2018) komentar jahat, buruk dan merendahkan yang dikeluarkan oleh *netizen* adalah salah satu bentuk perubahan dari *high context* menjadi *low context*.

Bila semula orang akan memikirkan dengan seksama atas apa yang diucapkan karena ketidakinginan menyinggung perasaan lawan bicara, maka hal itu tidak lagi ditemukan di dunia maya. Tidak ada lagi perasaan bersalah saat mengungkapkan komentar yang negatif. Faktor anonimitas juga menjadi alasan lain orang tidak takut mengungkapkan komentar buruk. Pengguna media sosial berlindung dibalik akun anonim sehingga berani melakukan apapun karena merasa tidak ada yang bisa menemukan mereka.

## **2. Menggeneralisasi Cantik Sesuai dengan Standar Media**

Selama ini, standar seseorang dalam menetapkan kecantikan selalu bersandar pada media. Media baik penyiaran

maupun digital berhasil mengkonstruksi masyarakat, bahwa standar kecantikan adalah seperti yang ditampilkan media.

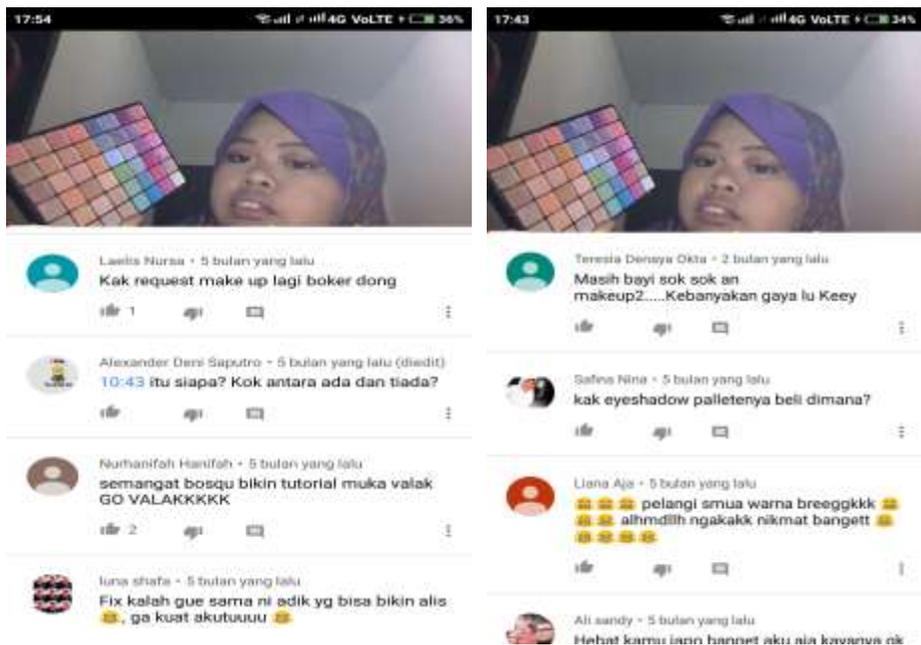


Menurut Ibrahim (2004), citra-citra ideal tentang gambaran perempuan yang cantik terus-menerus dikonstruksikan dan ditanamkan serta disosialisasikan melalui media. Cara ini, secara perlahan tapi pasti telah berubah menjadi standar budaya mengenai kecantikan perempuan yang mengendap dalam kesadaran kita.

Kondisi ini membuat masyarakat memiliki kriteria cantik seperti apa yang digambarkan oleh media. Perempuan cantik selalu diidentikan dengan mereka yang betubuh langsing, berkulit putih dan memiliki tinggi badan yang ideal. Karena itulah, perempuan yang tidak berada dalam lingkaran tersebut dianggap

tidak cantik. Akibatnya, saat menemukan orang yang tidak sama dengan hasil konstruksi media, label jelek, gendut, hitam, norak, akan dengan sangat mudah diberikan.

### 3. Memuji yang Tidak Pada Tempatnya

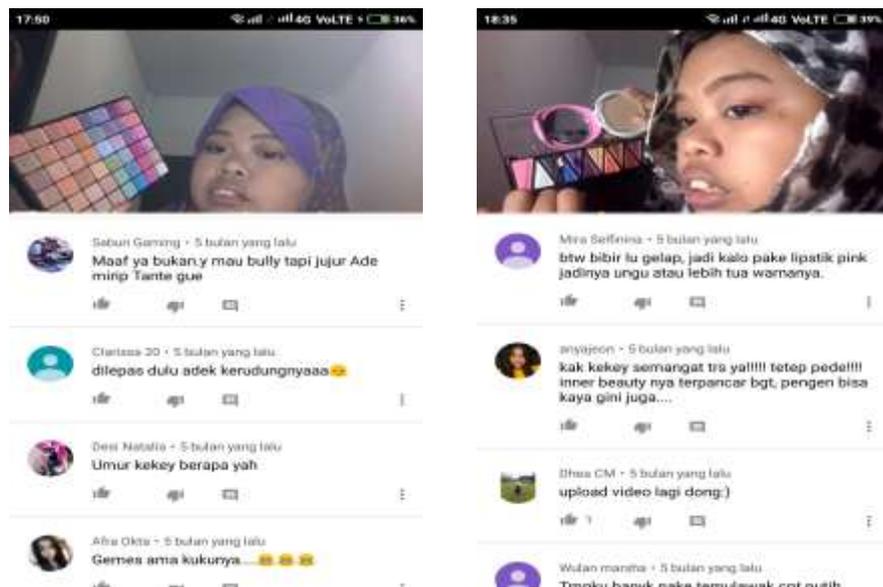


Pujian terhadap seseorang sejatinya diberikan dengan maksud memberikan penghargaan atas apa yang melekat atau dicapai seseorang. Namun tidak dalam perilaku *body shaming*. Seringkali mereka memuji tidak pada tempatnya dengan maksud untuk melakukan penghinaan.

Pujian dalam ilmu psikologi adalah sebuah penguatan (*reinforcement*). Dalam teorinya, B.F Skinner menyatakan bahwa dengan sebuah reinforcement diharapkan orang akan melakukan

tindakan yang diinginkan oleh pemberi pujian. Namun, pujian tidak semuanya bersifat positif. Banyak pujian yang diberikan justru bersifat negatif dan tidak pada tempatnya. Pujian yang dilontarkan hanya sebagai satir semata atau bersifat ironi. Maksud dari pemberi pujian tidak lain adalah menghina atau merendahkan konten yang mereka komentari. Meski memiliki bahasa yang halus, namun pujian yang tidak diberikan pada tempatnya adalah bagian dari “*Body Shaming*”.

#### 4. Memberikan Saran Tentang Apa yang Boleh dan Tidak Boleh Dipakai

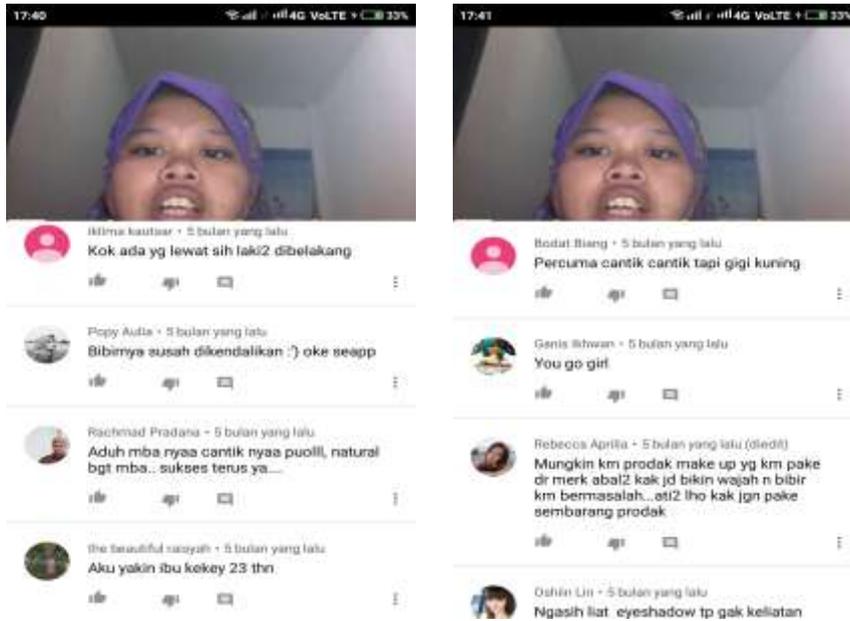


Anonimitas dalam dunia maya membuat orang merasa memiliki hak untuk melakukan apapun.

Mereka merasa aman dengan identitas yang disembunyikan, karena dapat dengan mudah menggantinya dengan identitas palsu. Kondisi ini membuat orang tidak lagi berpikir panjang saat akan memberikan komentar atau pendapat, apa yang terlintas dalam pikirannya lah yang akan mereka tulis.

Taufan (2018) menyebutkan salah satu faktor yang membuat orang dengan mudahnya memberikan komentar negatif, jahat maupun nyinyir adalah, karena selama ini public figure dan influencer adalah sebagai obyek. Pandangan ini membuat para *netizen* merasa berhak menghakimi atas apapun yang dilakukan oleh public figure maupun influencer. Bentuk penghakiman yang dilakukan oleh *netizen* memiliki sifat yang beragam mulai dari mengomentari penampilan, hingga menyarankan sesuatu untuk dilakukan pemilik akun. Memberikan saran dengan mengungkapkan apa yang pantas dan tidak pantas dilakukan oleh public figure, terkesan memang menjadi sebuah masukan, namun apa yang *netizen* lakukan ini adalah bagian dari “*body shaming*”. Setiap individu adalah pribadi yang merdeka, mereka memiliki hak untuk menggunakan apapun. Pemberian komentar dengan maksud menyarankan atau melarang untuk sesuatu yang seharusnya atau tidak seharusnya dipakai adalah bagian dari *body shaming*.

## 5. Mengungkapkan Keprihatinan Atas Fisik Seseorang



Komentar *netizen* yang juga ditemukan pada *youtube* yang di uplod oleh rahmawati kekeyi putri diantaranya adalah keprihatinan yang diungkapkan oleh *netizen* atas bentuk fisik dari rahmawati kekeyi putri. Bentuk keprihatinan ini tidak diberikan dengan maksud untuk mengungkapkan sebuah empati namun lebih pada penghinaan. Ujaran atau ungkapan “Bibirnya sukar dikendalikan” , “percuma cantik tapi gigi kuning” adalah bagian dari “*body shaming*”.

Pertumbuhan penggunaan media sosial yang setiap tahun semakin meningkat, membawa dampak sosial. Meski berada di ruang maya, namun efek penggunaan media digital juga menyentuh dunia nyata. Terus berkembangnya komentar jahat,

nyinyir baik yang berupa *body shaming* maupun cyber bullying adalah konsekuensi yang melekat atas meningkatnya penggunaan media digital. Jika merujuk pada APJI (asosiasi pengguna jasa internet di Indonesia) maka jumlah pengguna internet di Indonesia sudah melampaui angka 50 persen penduduk Indonesia. Itu artinya 130 juta penduduk Indonesia sudah terpenetasi dengan media digital. Dari jumlah itu, sebagian besar menggunakan media sosial, dengan komposisi satu individu memiliki lebih dari satu media sosial.

Sebaran usia, jenis kelamin dan tingkat sosial yang beragam dari pengguna internet, sekaligus memunculkan karakteristik yang berbeda, ini karena tidak semua pengguna internet memiliki pola komunikasi, kontrol sosial dan pola berpikir yang kritis. Kondisi ini membuat banyak sekali *netizen* yang masih memberikan komentar yang bersifat negatif, memprovokasi, menghakimi, menghina atau perilaku sejenis yang dikategorikan “jahat”. Para ahli menganggap semakin meningkatnya komentar negatif dan jahat ini sebagai “penyakit sosial”. Labelisasi atas penyakit sosial ini bukan tanpa alasan, mengingat dampak yang ditimbulkan atas komentar jahat yang diungkapkan *netizen* sangat luas.

Data terbaru yang dirilis oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia menyebutkan, bahwa bullying baik itu di dunia maya maupun dunia nyata masih menjadi persoalan serius yang dihadapi anak-anak. Banyak peristiwa bullying di dunia nyata

yang dipicu oleh persoalan di dunia maya. Saling ejek, komentar negatif, dan mengupload content negatif banyak memicu mereka melakukan kekerasan di dunia maya. Kejadian ini berlaku terus menerus dengan tema yang hampir sama namun dengan tempat dan latar yang berbeda. Kecepatan informasi dengan kekuatan “viralnya” justru tidak menyurutkan *netizen* untuk berhenti memberikan “komentar negatif”

#### IV. KESIMPULAN

*Body shaming* maupun cyberbullying terus akan terjadi seiring dengan peningkatan jumlah pengguna media sosial, karakteristik pengguna media sosial yang berbeda, akan menghasilkan pola interaksi dan komunikasi yang berbeda. Tidak semua pengguna media sosial memiliki kecerdasan emosi, kontrol sosial maupun “attitude” yang sama. Anonimitas menjadi satu dari banyak alasan mereka, tidak pernah takut melakukan cyberbullying. Karena itulah, perlu diberikan sanksi yang tegas bagi mereka yang melakukan “*body shaming*” maupun cyberbullying, mengingat dampak sosial dan psikis yang ditimbulkan. Selain itu, untuk menghindari terjadinya komentar negatif dari *netizen*, langkah sederhana yang bisa dilakukan oleh pengguna media sosial adalah mematikan kolom komentar, ini dilakukan agar *netizen* terbatas ruang geraknya dalam memberikan komentar.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Bajari. 2017. “*Language Provocation on Football Fanatic Fans (Study of Virtual Communication Ethnography on Facebook of Football Fans Club in Indonesia )*,” in Proceedings of the 3rd World Conference on Media and Mass Communicatio, 2017, vol. 2, pp. 1–12.
- Amalia, Ellavie Ichlasa. 2016. *Bos Youtube: Penonton TV Berkurang, Penonton Kami Bertambah*. Diakses pada 27 November 2018, dari <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/Obz9BJeN-bos-Youtubepenonton-tv-berkurang-penonton-kami-bertambah>
- Bohang, Fatimah Kartini. 2015. *TV Ditinggalkan, Ini Tontonan Favorit Baru Orang Indonesia*. Diakses pada 27 November 2018, dari <http://tekno.kompas.com/read/2015/11/25/12310007/TV.Ditinggalkan.Ini.Tontonan.Favorit.Baru.Orang.Indonesia>
- D. Hymes. 1972. “*Models of the interaction of language and social life*,” in *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication.*, J. J. G. and D. Hymes, Ed. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1972, pp. 35–71.
- Evelina, Widya. 2018. *Etnografi Komunikasi dan netnografi*. <https://communication.binus.ac.id/2018/09/24/etnografi-komunikasi-dan-netnografi/>. Diakses 27 November 2018.
- Hine, Christine. 2001. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication Ltd
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Taufik. 2018. *Komentar jahat di media sosial*. diakses 3 Mei 2019.  
\_\_\_\_\_<https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20171229090331-445-265417/maraknya-komentar-jahat-di-media-sosial>.  
\_\_\_\_\_<http://www.bullyingstatistics.org/content/fat-shaming-and-body-shaming.html>, diakses 27 November 2018