

# Memahami Pengalaman Komunikasi Remaja Untuk Mengelola Perundungan *Fat Shaming* di Media Sosial Instagram

Agustina Rahmawati<sup>1</sup>, Hapsari Dwiningtyas Sulistyani<sup>2</sup>, Lintang Ratri Rahmiaji<sup>3</sup>

[agustinarahma10@gmail.com](mailto:agustinarahma10@gmail.com)

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH. Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telp 9024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

## ABSTRACT

*Fat shaming on social media is often considered normal by society. In fact, it is not uncommon for fat shaming to trigger adverse effects for its victims. Therefore, victims need to manage communication as an effort to resolve the fat shaming they receive on Instagram. This research aims to understand teenagers' communication (bullying victims) to manage fat shaming on Instagram. This research uses the Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) analysis method involving 5 teenagers (aged 18-24 years) who have experienced fat shaming on Instagram. The results show that the communication experience to manage fat shaming on Instagram begins with the informant's interpretation of the fat shaming comments received. The interviewee interpreted fat shaming as a disturbing comment and triggered the negative body image, which eventually led to a sense of unacceptance. The meaning then triggers the informant to respond to the abuser with an expression of annoyance and disapproval. Although the response did not solve the fat shaming problem, it was able to bring satisfaction to the informant. The expression of annoyance and dislike made to the bullies shows that the informant also needs reinforcement from others. Therefore, the informant began to share the fat shaming experience with friends for reinforcement and support. This reinforcement comes from the positive responses that friends give to the informants, in the forms of supportive words, calming, defenses, and comfort. On the other hand, it was also found that there was intrapersonal communication carried out by the informants as a form of reinforcement. This management brings out the meaning of the informant regarding the fat shaming experience that has been received, that is, the informant's reflection on himself which encourages him to make peace with himself, change for the better lifestyle, and make the informant aware about bad habits in consuming excessive sweets.*

**Keywords:** *Fat Shaming, Instagram, Interpersonal Communication*

## ABSTRAK

Perundungan *fat shaming* di media sosial seringkali dianggap wajar oleh masyarakat. Padahal, tidak jarang *fat shaming* memicu munculnya efek buruk bagi para korbannya. Oleh karena itu, korban perlu untuk mengelola komunikasi sebagai upaya penyelesaian atas *fat shaming* yang korban terima di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami komunikasi remaja (korban *bullying*) untuk mengelola perundungan *fat shaming* yang terjadi di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) dengan melibatkan 5 orang remaja (usia 18-24 tahun) yang pernah mengalami *fat shaming* di Instagram. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi untuk mengelola *fat shaming* di Instagram diawali oleh pemaknaan narasumber terhadap komentar *fat shaming* yang diterima. Narasumber memaknai *fat shaming* sebagai komentar mengganggu dan memicu munculnya *body image* negatif dalam diri narasumber, hingga pada akhirnya memunculkan rasa tidak terima. Pemaknaan lantas memicu narasumber untuk merespon pelaku dengan ungkapan rasa kesal dan tidak terima. Meski respon tersebut tidak menyelesaikan masalah *fat shaming*, tetapi mampu memunculkan kepuasan dalam diri narasumber. Ungkapan rasa kesal dan tidak suka yang dilakukan kepada pelaku menunjukkan bahwa narasumber juga membutuhkan penguatan dari orang lain. Oleh karena itu, narasumber mulai terbuka menceritakan pengalaman *fat shaming* kepada teman cerita untuk penguatan dan dukungan. Penguatan ini berasal dari respon-respon positif yang teman cerita berikan kepada narasumber, berupa kalimat suportif, menenangkan, pembelaan, hingga hiburan. Di sisi lain, ditemukan pula adanya komunikasi intrapersonal yang dilakukan narasumber sebagai bentuk penguatan. Pengelolaan ini memunculkan pemaknaan narasumber mengenai pengalaman *fat shaming* yang pernah diterima, yakni refleksi narasumber terhadap diri sendiri, di mana mendorong narasumber untuk berdamai dengan diri sendiri, mengubah pola hidup menjadi lebih baik, hingga memunculkan kesadaran narasumber mengenai kebiasaan buruknya dalam mengkonsumsi makan manis secara berlebihan.

**Keywords:** *Fat Shaming, Instagram, Komunikasi Interpersonal*

## PENDAHULUAN

Di era digital, perudungan *fat shaming* mulai bertransformasi yang awalnya dilakukan secara langsung, kini mulai merambah di media sosial, seperti Instagram. Tindakan mencela atau mempermalukan seseorang yang memiliki badan gemuk (*plus size*) termasuk dalam salah satu bentuk perudungan *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*).

Perkembangan media baru 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).

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

Secara harfiah, *fat shaming* termasuk dalam bentuk perudungan (*bullying*) verbal di mana bertujuan untuk mempermalukan, mengkritik, mengejek, berkomentar buruk ataupun merendahkan fisik seseorang dengan sengaja. Sayangnya, perilaku tersebut sering dianggap hal wajar karena banyak orang yang melakukannya secara terang-terangan, bahkan di media sosial sekalipun. Secara kultural di Indonesia, berkomentar mengenai fisik orang lain seringkali dianggap sebagai bentuk kedekatan, kepedulian, bahkan perhatian bagi sebagian orang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Soleman & Elindawati (2019) ditemukan bahwa *body shaming* atau perudungan di media sosial disebabkan oleh kebiasaan yang membuat pola pikir sebagian besar orang mewajarkan tindakan tersebut. Hingga pada akhirnya dijadikan topik candaan antar teman dekat. Namun, seiring waktu, anak-anak muda atau remaja mulai menginternalisasi komentar fisik sebagai bentuk *bullying* atau *body shaming*, di mana hal ini dapat

menunjukkan adanya kesadaran anak-anak muda mengenai tindak perundungan verbal terhadap fisik.

Hal inilah yang kemudian menjadi perhatian utama dalam fenomena *fat shaming*. Di saat orang-orang beranggapan bahwa komentar fisik bukanlah hal yang harus dibesar-besarkan, tapi nyatanya perlakuan tersebut bisa memicu timbulnya efek buruk terhadap para 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.

Penelitian yang dilakukan oleh Gani dan Jalal (2021:158) menemukan 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) berfikir untuk melakukan upaya guna mengelola perundungan *fat shaming* yang diterima.

Komentar *fat shaming* yang terus menerus diterima korban tentu akan memunculkan upaya korban untuk dapat mengelola perundungan yang korban terima. 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.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Coordinated Management of Meaning Theory (CMM)*

*Coordinated management of meaning theory* atau teori CMM merupakan teori interaksi sosial yang dikembangkan oleh Barnett Pearce dan Vernon Cronen, di mana membahas mengenai makna dan tindakan yang dikoordinasikan (Littlejohn, 2017:125). Pearce dan Cronen dalam teori CMM menjelaskan bahwa dalam percakapan, manusia akan melakukan penafsiran terhadap pesan atau hal yang terjadi di sekitarnya dan menggunakan aturan-aturan untuk memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan setelahnya. CMM bertujuan untuk memahami kompleksitas komunikasi manusia, membangun hubungan yang lebih baik, serta mengelola konflik dalam interaksi sosial. Terdapat beberapa asumsi dasar yang membentuk dasar pemikiran teori CMM, 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.

2. Manusia menciptakan realitas sosial

Para ahli teori CMM berasumsi bahwa situasi sosial diciptakan oleh adanya interaksi, di mana hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh manusia (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 adalah mengenai makna yang dicapai saat seseorang berinteraksi dengan lawan bicaranya. 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. Adapun dua jenis aturan yang berlaku dalam percakapan, yakni:

1. Aturan konstitutif (*constitutive rules*) yang merujuk pada bagaimana pesan atau tindakan dimaknai dalam suatu konteks.
2. Aturan regulatif (*regulative rules*) yang merujuk pada bagaimana seseorang memberikan tanggapan atau bertindak dalam sebuah komunikasi. Aturan ini membantu dalam memahami respon atau tindakan yang akan terjadi selanjutnya.

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. CMM membantu peneliti untuk memahami bagaimana proses komunikasi dan pemaknaan remaja (korban *bullying*) dalam percakapan yang dilakukannya terhadap pelaku *bullying* serta teman cerita.

### *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). Artinya, media baru mampu menciptakan interaksi dua arah melalui media modern yang terhubung pada jaringan internet. 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).

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 penggunaannya untuk melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa aturan-aturan komunikasi dalam teori CMM dapat diterapkan pada komunikasi yang terjadi di media baru, seperti media sosial. Dengan begitu, peneliti akan dapat memahami pemaknaan remaja (korban) terhadap pengalaman *fat shaming* melalui komunikasi yang dilakukan remaja dengan pelaku *bullying* di media sosial Instagram.

### **Perundungan *Fat Shaming* di Instagram**

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). 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).

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, yakni pelaku berusaha melukai korban secara fisik, seperti memukul dan menendang.
2. *Bullying* non-fisik, yakni perundungan yang dilakukan dengan melontarkan kata-kata buruk bernada merendahkan dan menyakiti, sehingga korban merasa lemah secara mental.

Mengacu pada bentuk-bentuk *bullying* di atas, tindak *fat shaming* dapat diklasifikasikan ke dalam bentuk *bullying* non-fisik secara verbal. Di sisi lain, perundungan *fat shaming* yang terjadi di Instagram juga dapat dipahami sebagai *cyberbullying*, yakni mengirim atau memposting konten berisi intimidasi menggunakan teknologi digital, seperti media sosial, *handphone*, dan platform *game online* (Willard, 2007:1). Perkembangan media baru membuat pelaku dapat lebih mudah berkomentar negatif mengenai fisik seseorang tanpa bertemu langsung.

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 grup online.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dengan menelusuri dokumen berupa buku, catatan, jurnal, data statistik, dan hasil wawancara bersama partisipan, yakni remaja usia 18-24 tahun yang pernah mengalami perundungan *fat shaming* secara berulang di Instagram dan pernah melakukan komunikasi dengan pelaku *bullying* serta dengan orang-orang sekitarnya. Untuk melengkapi penelitian, peneliti juga mengumpulkan data berupa gambar atau foto yang diperoleh dari dokumentasi partisipan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) untuk dapat memahami pengalaman partisipan. IPA bertujuan untuk mengungkap bagaimana partisipan memaknai dunia pribadi dan sosialnya dengan menekankan pada persepsi atau pendapat personal mengenai suatu peristiwa secara rinci (Noon, 2018:75). Adapun tahapan dalam IPA adalah:

1. *Reading and re-reading*
2. Pencatatan awal
3. Mengembangkan tema emergen
4. Mengembangkan tema superordinat
5. Menemukan pola antar subjek
6. Menyajikan hasil analisis.

## TEMUAN DAN DISKUSI

### Komunikasi Untuk Mengelola *Fat Shaming*

Dalam tindakan agresi, tindak *fat shaming* juga dinilai sebagai salah satu bagian dari perilaku perundungan atau lebih

tepatnya perundungan non-fisik karena dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang menyakiti, merendahkan, buruk hingga membuat korbannya lemah secara mental. Olweus (dalam Graf et al., 2022:2) mengembangkan teori agresi proaktif untuk menjelaskan fenomena *bullying* secara lebih luas, yakni tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok tertentu untuk tujuan tertentu. Olweus sendiri mendefinisikan perundungan sebagai tindakan agresif atau tindakan yang mampu menyakiti korbannya, di mana hal tersebut dilakukan secara berulang-ulang kepada seseorang yang lemah (Menin et al., 2021:2). Hal ini sejalan dengan tindak perundungan *fat shaming* yang diterima kelima narasumber, di mana narasumber juga merasakan dampak negatif secara mental maupun perilaku sehari-hari.

Selain itu, tindak *fat shaming* yang terjadi di media sosial Instagram juga dapat dipahami sebagai tindak *cyberbullying*. *Cyberbullying* sendiri merupakan tindakan mengirim atau memposting konten berisi intimidasi menggunakan teknologi digital seperti media sosial (Willard, 2007:1). Hal ini, sama seperti tindak *fat shaming* yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mengirimkan ungkapan-ungkapan negatif tentang bentuk tubuh orang lain.

Komunikasi yang dilakukan narasumber sebagai upaya mengelola

perundungan *fat shaming* diawali dengan pemaknaan narasumber terhadap pesan atau komentar *fat shaming* yang diterima di Instagram. Apabila dikaji dengan menggunakan *coordinated management of meaning theory* (CMM), hal ini merujuk pada aturan konstruktif yakni bagaimana seseorang memaknai pesan dalam suatu konteks (Littlejohn, 2017:125). Dalam hal ini, narasumber memaknai *fat shaming* sebagai perilaku yang negatif karena dinilai mengganggu.

Beberapa komentar negatif tentang tubuh yang diterima narasumber:

“coba deh kalo kurus, saya mau deh sama kamu”

“wah subur ya”

“banyak makan kayak babi”

“kenapa nggak pernah upload full body, gendut ya lu sekarang?”

“kok sekarang makin berisi gendut”

Pemaknaan tersebut lantas memunculkan tindakan atau respon yang diberikan narasumber kepada pelaku. Respon inilah yang disebut sebagai aturan regulative dalam teori CMM, yakni bagaimana seseorang memutuskan untuk memberikan tindakan atau respon atas pesan yang diterima (Littlejohn, 2017:125). Adapun respon yang diberikan adalah berupa ungkapan kesal atau rasa sakit hati narasumber terhadap komentar fisik yang diterima. Respon ini merujuk pada teori katarsis milik Sigmund Freud mengenai pelepasan emosi atau perasaan yang telah tersimpan

dalam batin seseorang. Bushman (2002) dalam Gondwe & Some (2020:2) menjelaskan bahwa katarsis merupakan pelampiasan kemarahan atau emosi seseorang yang akan menghasilkan perbaikan positif dalam keadaan psikologis seseorang (perasaan lega). Tindakan ini dinilai mampu memberikan rasa puas bagi narasumber karena dapat meluapkan perasaan kesalnya.

Upaya lain yang dilakukan narasumber untuk mengelola perundungan *fat shaming* di media sosial, yakni dengan berbagi cerita pengalaman *fat shaming* kepada orang-orang di sekitar narasumber. Upaya ini dilakukan oleh empat dari lima narasumber dengan harapan bisa memberikan *support* serta pembelaan kepada narasumber sebagai korban *bullying*. Pelampiasan emosi (katarsis) yang narasumber berikan narasumber kepada pelaku *bullying*, menunjukkan bahwa narasumber juga membutuhkan sebuah penguatan diri berupa dukungan dari orang lain.

Penguatan atau dukungan yang diharapkan narasumber berasal dari respon-respon positif yang teman cerita berikan kepada mereka yakni berupa kalimat-kalimat suportif, kalimat menenangkan, pembelaan, hingga saran-saran. Adapun beberapa respon positif dari teman cerita:

*“Kamu tu normal, kamu biasa aja, nggak seburuk itu”*

*“Nggak kok nggak jelek”*

*“Yang nggak sopan itu orangnya, kalau nggak nyaman mah blok aja gitu”*

*“Tenang aja semua baik-baik aja kok, lo nggak kayak gitu kok”.*

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat narasumber yang lebih memilih teman virtual sebagai teman cerita perihal pengalaman *fat shaming* yang dialaminya. Narasumber merasa bahwa teman-teman virtualnya lebih bisa memberikan rasa nyaman bagi narasumber untuk terbuka menceritakan masalah dan keluh kesahnya.

## KESIMPULAN

Temuan penelitian tentang pengalaman komunikasi remaja untuk mengelola perundungan *fat shaming* di Instagram dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi untuk mengelola perundungan *fat shaming* diawali dengan pemaknaan narasumber terhadap komentar *fat shaming* yang diterima di Instagram. Dalam hal ini narasumber memaknai *fat shaming* sebagai komentar yang mengganggu dan memicu munculnya *body image* negatif. Pemaknaan tersebut lantas memunculkan respon narasumber, yakni berupa ungkapan rasa kesal dan tidak terima terhadap pelaku. Meski hal tersebut tidak dapat menyelesaikan masalah *fat shaming*. Namun, mampu memunculkan kepuasan tersendiri bagi narasumber karena mereka bisa meluapkan rasa kesal narasumber kepada pelaku *bullying*.
2. Respon lain yang narasumber lakukan untuk mengelola *fat shaming* adalah menceritakan

pengalaman *fat shaming* kepada orang lain. Ungkapan rasa kesal dan tidak suka yang dilakukan kepada pelaku menunjukkan bahwa narasumber juga membutuhkan penguatan dari orang lain. Oleh karena itu, narasumber merasa bahwa mereka membutuhkan orang lain sebagai penguatan atau dukungan. Penguatan ini berasal dari respon-respon positif yang teman cerita berikan kepada mereka yakni berupa kalimat-kalimat *support*, kalimat menenangkan, pembelaan, hingga saran-saran.

3. Upaya pengelolaan *fat shaming* pada akhirnya memunculkan pemaknaan baru oleh narasumber terhadap pengalaman *fat shaming* yang dialami, yakni berupa refleksi narasumber terhadap diri sendiri. Pengalaman *fat shaming* yang narasumber terima selama ini pada akhirnya mendorong narasumber melakukan introspeksi terhadap diri sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afio, O. (2022). *Standar Ketampanan Pria di Berbagai Negara, Indonesia Termasuk Kategori* dalam <https://www.sulbarekspres.com/selebriti/pr-5306616740/standar-ketampanan-pria-di-berbagai-negara-indonesia-termasuk-kategori?page=4> diakses pada tanggal 28 Juni 2023.
- Akbar, M., Gunawan, M., Kurnia, D. I., & Hum, M. (2020). *Studi Kualitatif Deskripsi Kampanye #STOPBODYSHAMING Melalui Media Sosial Instagram Maria Rahajeng @mariarahajeng*. 7(2), 7084-7085.
- Anna, L. K. (2022). *Adakah Standar Kecantikan Perempuan Indonesia?* dalam <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/24/161900920/adakah-standar-kecantikan-perempuan-indonesia-?page=all> diakses pada tanggal 28 Juni 2023.
- Astuti, P. R. (2008). *Meredam Bullying: 3 Cara Efektif Mengatasi Kekerasa Pada Anak*. Jakarta: PT Grasindo. 22.
- Gani, A.W., & Jalal, N. M. (2021). *Persepsi Remaja Tentang Body Shaming*. 5(2), 158-159.
- Gondwe, G., & Some, E. (2020). *Social Media and Catharsis in Africa: Examining The Role of WhatsApp in Venting Stress in Women*. 9(1), 2.
- Graf, D., Yanagida, T., Runions, K., & Spiel, C. (2022). *Computers in Human Behavior Why did you do that? Differential types of aggression in offline and in cyberbullying*. *Computers in Human Behavior*, 128 (January 2021), 2.
- Herawati. (Juni 2021). *Standar Kecantikan, Konstruksi Media, dan Pengaruhnya di Masyarakat* dalam <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/24/173640/standar-kecantikan-konstruksi-media-dan-pengaruhnya-di-masyarakat>, diakses pada 13 Oktober 2022.

- Littlejohn, S.W., Foss, K.A., & Oetzel, J.G. (2017). *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. United State of America: Waveland Press Inc.125, & 149.
- Menin, D., Guarini, A., Mameli, C., Skrzypiec, G., & Brighi, A. (2021). *Was That (Cyber) Bullying? Investigating the Operational Definitions of Bullying and Cyberbullying from Adolescents' Perspective*. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 21(2), 2.
- McQuail's, D. (2010). *Mass Communication Theory: Sixth Edition*. London: Sage Publication. 166
- Ramahardhila, D., & Supriyono. (2022). *Dampak Body Shaming Pada Citra Diri Remaja Akhir Perempuan*. 8(3), 996.
- Soleman, N., & Elindawati, R. (2019). *Fourth Wave Feminism in Indonesia: Body Shaming Through Social Media Phenomenon*. 3(2), 591.
- Willard, N. E. (2007). *Cyberbullying and Cyberthreats*. USA: Research Press. 1, 5-11.