

Memahami Pengalaman BodyShaming Pada Selebriti Instagram (Studi Fenomenologi Selebriti Agiskakhansa)

Annur Trimilda Shopiyah¹, Murtiadi², Yudha Febri Al Paksi³

¹⁾⁻³⁾ Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Nusantara

E-mail: mildaannur@gmail.com¹, murtiadi.mdi@bsi.ac.id², Yudha.yfe@bsi.ac.id³

Article History

Received: 3 Oktober 2023

Revised: 7 Oktober 2023

Accepted: 11 Oktober 2023

Keywords: *Body Shaming, Experience, Celebrity*

Abstract: *The concept of ideal standardization is raised by the physical variations present in each individual. The purpose of this study is to comprehend the experiences of Instagram celebrities who have been subjected to body-shaming. A phenomenological approach and descriptive qualitative research techniques are used in this study. In contrast, phenomenology bases its understanding of the universe on direct experience. The focus of this study is a person named Agiskakhansa, an Instagram star who has endured body shaming from both his followers and peers. In this study, observation, interviews, and documentation were used as data collection methods. The strategy for processing and analyzing data employed is to gather all the information from the notes and evaluate it using logical words that are appropriate for the environment and circumstances in the field, including interviews, observations, and documentation. The findings of this study demonstrate that bodyshaming behavior should not be dismissed as insignificant because it will have an adverse psychological effect on the victim, leading to feelings of insecurity, dread, and even self-harm. Because of this, society must deal decisively with instances of body shaming.*

PENDAHULUAN

Di masa modern ini, perkembangan teknologi dan alat komunikasi, seperti; internet telah memicu sejumlah tren masyarakat yang berkembang dengan cepat. Khususnya tren gaya hidup remaja, seperti yang berkaitan dengan perawatan diri, penampilan, dan kesehatan. Ketika generasi muda lebih rutin menggunakan media sosial, iklan atau akun tentang kecantikan, perawatan diri, dan kesehatan juga menjadi lebih umum. Salah satu alasan generasi muda mengikuti tren adalah agar tidak ketinggalan. Bagi mereka yang melihat konsep perawatan diri sebagai sebuah kesadaran, gaya hidup telah berkembang menjadi komoditas yang dikonsumsi dalam kaitannya dengan tubuh, dan media memainkan peran penting dalam mendefinisikan makna sosial dari kecantikan (Ibrahim & Hanif, 1998).

Media mempromosikan standar feminitas yang tidak realistis; jaringan iklan televisi menunjukkan dengan jelas bahwa seorang perempuan harus menarik secara fisik agar dapat diterima; dan majalah serta film sering kali menampilkan tubuh ideal. Sosok perempuan ideal digambarkan atau ditampilkan di televisi dan iklan global dia digambarkan sebagai sosok yang sempurna, memiliki tubuh kurus, tinggi, dan kulit putih mulus. Wanita secara tidak sadar ingin

berpenampilan cantik dan hanya berfungsi untuk menonjolkan kekurangan pada tubuhnya sendiri (Sunato, 2021).

Maraknya media sosial, khususnya Instagram, telah mengubah cara kita berkomunikasi dengan selebriti. Body shaming, atau kritik yang berpusat pada penampilan fisik seseorang, semakin marak terjadi di dunia online selama sepuluh tahun terakhir. Kritik dan komentar buruk tentang penampilan fisik selebriti sering kali mengacu pada pengaruhnya terhadap kesehatan mental seseorang. Vokalis Paper Boats, Maudy Ayunda, adalah salah satu contoh kasus body shaming yang sempat viral di Indonesia. Maudy menjadi fokus body shaming netizen yang usil. Dara cantik ini pernah menjadi incaran orang-orang tak bertanggung jawab yang mem-bully dirinya. Tubuhnya, seperti; tripleks.

Bodyshaming adalah tindakan mempublikasikan bentuk tubuh seseorang dengan mengolok-olok, mengkritik, atau meremehkan komentar tentang fisiknya. Menurut Nol dan Fredrickson, body shaming akan menyebabkan munculnya sentimen malu pada bagian tubuh tertentu ketika penilaian orang lain dan diri sendiri tidak sejalan dengan diri ideal (Kasmanto, 2022). Korban body shaming dapat mengalami dampak psikologis dan spiritual. Stres psikologis, penyakit mental, serta kualitas hidup yang buruk merupakan dampak buruk yang sering terjadi.

Bentuk- Bentuk Body Shaming

1. Berat Badan

Bentuk tubuh karena berat badan tertentu merupakan salah satu jenis bodyshaming yang sering ditemui. Karena dianggap terlalu kurus atau terlalu gemuk, sebagian orang akan merasa tidak percaya diri.

2. Bulu Tubuh

Orang sering membicarakan tentang pertumbuhan rambut di ketiak, kaki, area intim, dan lengan. Selain itu, kesalahpahaman yang umum adalah bahwa wanita tidak boleh memiliki banyak bulu di tubuh.

3. Penampilan

Intimidasi atau diskriminasi berdasarkan penampilan seseorang adalah hal yang sering ditemui. Selain itu, banyak orang merasa takut karena dianggap jelek dan menjijikkan secara fisik. Hal ini merupakan contoh lain dari body shaming.

4. Warna Kulit

Body shaming terjadi ketika seseorang mendapat ucapan dan perlakuan rasis dari orang-orang di sekitarnya karena warna kulitnya yang seringkali terlalu gelap atau terlalu pucat (CNNIndonesia, 2022).

Selain di media sosial, body shaming juga dapat terjadi dalam kehidupan nyata termasuk keluarga, teman, dan masyarakat. Fisik mau tidak mau menjadi topik perbincangan dalam persahabatan karena persahabatan remaja memang membutuhkan partisipasi teman sebaya dalam proses pembentukan diri. Persepsi korban terhadap tindakannya sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dampak body-shaming. Schutz berpendapat bahwa orang memberi makna pada tindakan mereka sendiri dan tindakan orang lain dengan menafsirkan apa yang alami dalam kehidupan mereka sehari-hari (Rakhmad, 2022).

Teori Fenomenologi

Studi tentang fenomena dikenal sebagai fenomenologi. Fenomena tersebut merupakan cerminan dari kejadian sehari-hari seperti kesedihan, kekhawatiran, dan kegembiraan, yang pada dasarnya selalu ada dalam kehidupan setiap orang. Fenomenologi digambarkan sebagai ilmu yang juga berfungsi sebagai sarana untuk menemukan kebenaran. Oleh karena itu, fenomenologi adalah studi tentang melihat, menora, dan mengkonstruksi realitas sambil mengingat kembali berbagai anggapan yang mencemari pokok bahasan pengalaman manusia (Farid, 2018).

Menurut Creswell dalam (Kuswanto, 2009) menyatakan bahwa Penjelasan mengenai arti atau pentingnya gaya hidup seseorang dalam kaitannya dengan suatu gagasan atau gejala, termasuk konsep diri dan pendapatnya terhadap kehidupannya sendiri, menjadi tujuan penelitian dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell, terdapat pula empat fungsi fenomenologi menurut Creswell, diantaranya yaitu mengembalikan filsafat kepada tugas aslinya sehingga dasar pengetahuan kembali pada kebijakan filsafat. Selanjutnya adalah dengan menggunakan metode filsafat yang bebas dari kecurigaan. Kemudian realitas adalah hasil dari interaksi antara subjek dan objek. Dan yang terakhir adalah sebagai jalan masuk ke dalam suatu kesadaran, maka perlu ditempatkannya faktor kesengajaan.

Fenomenologi hampir seperti sebuah prosedur, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pembahasannya tidak mengacu pada gagasan-gagasan besar atau penjelasan ilmiah yang menyeluruh tentang keberadaan sosial, khususnya identifikasi dalam jumlah. Fenomenologi berupaya menginspirasi kesadaran, penyelidikan, dan kendali atas apa yang kita lakukan dan bagaimana kita memengaruhi kehidupan sosial. Sekalipun manusia tidak memiliki kontrol penuh atas setiap situasi dalam kehidupan sosial mereka, akhirnya mereka sanggup memilih proyek hidupnya. Dikarenakan masing-masing individu memiliki *stock of knowledge*, kemudian diantara mereka terjadi sharing, negosiasi, dan manuver-manuver demi terbentuknya kohesi sosial (Susilo, 2008).

Pola Komunikasi

Bentuk atau pola interaksi antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan dengan cara yang tepat agar pesan yang dimaksud dapat dipahami dikenal dengan istilah pola komunikasi (Jamarah, 2004). Dalam teks lain, komunikasi diartikan sebagai tindakan menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain. Definisi ini memperjelas bahwa komunikasi terjadi ketika seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, dan karena manusia terlibat dalam komunikasi, maka banyak orang yang terlibat. Oleh karena itu komunikasi yang dimaksudkan disini adalah komunikasi manusia atau human communication

Pola komunikasi adalah cara berinteraksi dimana pesan dikirim dan diterima sehingga makna yang dimaksudkan dapat dipahami. Karena model proses komunikasi adalah pola komunikasi, maka dengan adanya banyak jenis pola komunikasi dan komponen proses komunikasi dapat mempermudah dalam mengidentifikasi kemudahan dan sinkronisasi pola komunikasi. Penyampaian pesan dalam rangka menerima timbal balik atau menerima pesan merupakan wujud dari suatu pola komunikasi yang sama dengan proses komunikasi. Setelah proses komunikasi, model, bentuk, pola, serta komponen-komponen kecil lainnya yang berhubungan langsung dengannya ikut berperan (Effendy, 2015)

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola interaksi antar individu maupun kelompok dalam mengirim serta menerima pesan melalui cara yang tepat agar maksud dapat tersampaikan. Jadi, proses pengaitan dua elemen itu, yakni draf, bagan atau rencana sebagai

langkah-langkah dalam aktivitas dengan elemen-elemen yang menjadi pokok utama dalam interaksi antar individu maupun kelompok, yang berbentuk pola interaksi disebut pola komunikasi.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam buku *Human Communication* membagi pola komunikasi menjadi 3 pola atau model, yaitu:

a. Pola Komunikasi Linier

Pola komunikasi satu arah sering juga disebut dengan pola komunikasi linier. Ketika baik komunikator maupun komunikan tidak membuat pilihan atau penafsiran apapun dan hanya menawarkan jawaban atau balasan yang diharapkan sebagai respons terhadap stimulus. Teori Jarum Hipodermik, misalnya, mengemukakan gagasan bahwa ketika seseorang membujuk orang lain, dia senang memberikan contoh persuasi kepada orang tersebut untuk mendapatkan apa yang dia butuhkan dari orang tersebut.

b. Pola Komunikasi Interaksional

Pendekatan linier dilakukan dengan pola komunikasi interaksional atau dikenal juga dengan pola komunikasi dua arah. Komunikasi umpan balik (*feedback*) komunikasi berlangsung dalam pola ini. Ada pengirim (disebut sebagai "pengirim") yang mengirimkan informasi, dan ada penerima (disebut sebagai "penerima") yang memilih, menafsirkan, dan mengembalikan respons kepada pengirim dan pengirim pesan. Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perputaran arah, sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai sender, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai *receiver*, terus seperti itu sebaliknya (Bungin, 2008).

c. Pola komunikasi transaksional

Fakta bahwa model interaktif tidak mengakui bahwa setiap orang yang terlibat dalam dialog sama-sama mengirim dan menerima pesan, seringkali secara bersamaan, merupakan kelemahan yang parah. Seorang pembicara memberikan siaran pers, memeriksa Apakah reporter tertarik, kemudian pembicara dan reporter mendengarkan sebelum berbicara.

Selebgram

Selebgram adalah sebutan bagi seseorang yang secara umum disebut sebagai artisnya di media sosial Instagram (Mutma, 2017). Jika seorang selebritis mempunyai jumlah follower atau pengikut akun yang banyak, maka masyarakat umum khususnya pengguna lain akan cepat mengetahuinya. Instagram dan selebriti digabungkan membentuk istilah "selebgram". Dari akronim yang disebutkan, jelas bahwa selebgram adalah seorang selebritis yang terkenal dan berpengaruh.

Selebriti dapat diartikan sebagai seseorang yang memenuhi standar yang ditetapkan oleh komunitas jejaring sosial, yaitu memiliki pengikut Instagram minimal 10.000 orang. Istilah "Selebgram" sering digunakan untuk menggambarkan pengguna Instagram yang melakukan aktivitas promosi atau endorsement produk. Mengingat seorang selebgram memiliki pengikut yang banyak dan memperbolehkan pengikutnya untuk membeli barang yang sama dengan selebgram favoritnya, banyak perusahaan yang biasanya mengikutsertakan produknya kepada selebgram dalam upaya meningkatkan jumlah pembelian produk (Harahap et al., 2021).

Media Sosial Instagram

Instagram merupakan media sosial dimana setiap postingannya berbentuk foto dan video yang diberikan caption supaya menjadi penjelas dari foto dan video yang diunggah oleh pengguna

akun instagram tersebut. Dalam menggunakan caption biasanya para pemilik akun instagram menambahkan hashtag, penggunaan hashtag tersebut supaya postingan tersebut dapat dengan mudah diakses oleh jangkauan lebih luas lagi misal dari keluarga, kerabat, atau orang yang tidak dikenal sama sekali.

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengunggah kreasi mereka ke berbagai platform media sosial, termasuk Instagram mereka sendiri. Instagram menawarkan fungsi unik yang melibatkan pemotongan foto menjadi kotak, memberikan kesan bahwa foto tersebut diambil menggunakan kamera Polaroid. Fitur tersebut berbeda dengan rasio aspek 4:3 dan 16:9 yang banyak digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat diakses dengan mendownload aplikasi instagram di iPhone atau telepon genggam Android dan di Windows Phone (Helianthusonfri, 2020).

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi fenomenologi, karena peneliti ingin melihat pola perempuan yang pernah mengalami body shaming serta bagaimana mereka memaknai. Studi fenomenologi merupakan sebuah penelitian yang berfokus pada pengalaman sadar individu. Fenomenologi mengkaji suatu realitas pengalaman yang dialami seseorang dan seseorang itu pun mengetahuinya. Dalam pandangan Schutz manusia memiliki dunia interaktif dengan makna beragam dan perasaan sebagai bagian kelompok. Menurutnya, tugas fenomenologi adalah penggabungan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman yang dialami suatu individu dan juga kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan tersebut dimiliki, dengan kata lain mendasarkan suatu tindakan sosial pada pengalaman makna dan kesadaran individu (Hasbiansyah.O, 2008). Berdasarkan pemaparan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk memahami engalaman bodyshaming pada selebriti Instagram.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan pendekatan fenomenologi. Dimana fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Subjek penelitian ini adalah individu, yakni; selebriti instagram Agiskakhansa yang dimana memiliki pengalaman bodyshaming baik dari penggemarnya maupun teman sebayanya.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengolahan dan Analisis Data yang dilakukan dipersiapkan keseluruhan data yang tersedia dari catatan serta dianalisis memakai kalimat-kalimat yang logis serta cocok dengan suasana dan keadaan di lapangan yang terdapat seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

TEMUAN DAN DISKUSI

Temuan Penelitian

Esensi Memahami Pengalaman Bodyshaming Pada Selebriti Instagram Agiskakhansa

Bodyshaming seringkali dialami oleh hampir semua perempuan, terutama pada perempuan yang tidak memenuhi standar kecantikan akan dianggap berbeda dan tidak normal. Body shaming banyak sekali menimpa perempuan sekalipun selebriti yang memiliki kepopuleran. BodyShaming terhadap selebriti adalah fenomena di mana individu terkenal yang berada di sorotan publik menjadi sasaran komentar merendahkan atau kritik terkait penampilan fisik mereka. Ini adalah bentuk ekstrem dari BodyShaming yang sering kali diperkuat oleh paparazzi, media, dan platform media sosial. Selebriti memiliki jumlah pengikut yang besar di platform media sosial seperti

Instagram dan Twitter. Namun, ini juga membuat mereka rentan terhadap komentar negatif dan BodyShaming dari pengikut atau pengguna lain.

Mereka sering kali menerima ratusan bahkan ribuan komentar yang merendahkan di bawah postingan mereka. BodyShaming dapat menyebabkan selebriti mengalami tingkat stres yang tinggi, kecemasan, depresi, dan rendah diri yang mendalam. Mereka mungkin merasa tidak aman dan terus-menerus diberi tahu bahwa penampilan fisik mereka adalah penentu utama keberhasilan mereka dalam industri hiburan. Beberapa selebriti memilih untuk merespons komentar negatif dengan cara yang berbeda. Ada yang berbicara terbuka tentang pengalaman mereka dengan BodyShaming untuk menghasilkan kesadaran, sementara yang lain memilih untuk mengabaikan atau memblokir pengguna yang merendahkan (Fauzia & Rahmaji, 2019).

Salah satu selebriti instagram yang pernah mengalami bodyshaming yaitu Agiskakhansa. Giska menjadi pengguna instagram sejak tahun 2013 atau kelas 6 Sekolah Dasar hingga saat ini dengan jumlah pengikut sebanyak 14.000. Sebelum menjadi selebgram seperti sekarang, Giska awal mula menggunakan instagram hanya untuk merepresentasikan kebiasaan dan kesukaannya. Namun, sejak dirinya trending di tiktok akibat ide dikarenakan tidak ada kerjaan membuat Giska mulai terkenal hingga platform Instagram. Giska beranggapan bahwa menjadi selebgram merupakan suatu pekerjaan bagi dirinya untuk menghasilkan uang baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang tuanya. Pekerjaan yang dilakukan oleh selebgram berupa kerjasama endorsement dari beberapa brand-brand besar yang untuk kemudian di posting di instagram milik giska. Instagram Giska dengan username @AgiskaKhansa.

Giska memiliki rambut asli keriting, mata yang sipit, kaki yang besar dan ukuran payudara yang kecil. Hal tersebut sering kali Giska mendapatkan perlakuan bodyshaming dari teman-teman sebayanya karena dianggap berbeda dan tidak memenuhi standar kecantikan yang ada. Pada saat itu, teman-teman lelaki SMA Giska memanggilnya dengan sebutan “triplek” dan menyebut rambutnya dengan sarang tawon. Akibat dari perlakuan dan perkataan yang kurang mengenakan membuat Giska seringkali memendam emosi dan memilih untuk tidak melawan. Giska yang mencoba menerima bentuk fisiknya membuatnya merasa kurang nyaman akibat perlakuan body shaming yang dia terima. Sejak berada di SD Giska telah mengalami bullying yang kemudian terjadi kembali saat berada di bangku SMA (Lidya & Hanifatunnisa, 2022).

Dampak dari body shaming sangat besar bagi kehidupan seseorang. Body shaming dapat mempengaruhi mental dan kepribadian seseorang. Informan Giska menyampaikan bahwa perlakuan body shaming yang diterimanya sewaktu berada di bangku SMA mengubah mental dan kepribadiannya menjadi lebih tertutup dan mudah insecure.

Body shaming dimaknai oleh Giska sebagai kritikan atau komentar negatif yang dilakukan seseorang tentang bentuk fisik orang lain. Body shaming sendiri dilakukan secara verbal dan termasuk kedalam perundungan atau bullying secara verbal.

Body shaming yang diterima oleh informan Giska telah berhenti saat ini dan lingkungannya lebih baik karena dikelilingi dengan orang baik. Perilaku seseorang yang melakukan body shaming terhadap orang lain merupakan suatu tindak kejahatan yang dilakukan seseorang berperilaku tidak baik. Tujuan seseorang melakukan body shaming menurut informan Giska yaitu sebagai bentuk kepuasan diri sendiri karena telah merasa berhasil membuat orang lain sakit hati atas sikap dan perlakuan. Selain itu, tujuan pelaku body shaming dapat pula terjadi akibat rasa iri terhadap kelebihan yang ada pada diri korban sehingga cenderung melukai korban dengan cara body shaming (Yasyfa Rusyda et al., 2022).

Body shaming dilakukan seseorang dengan kesadaran penuh, sehingga bagi korban akan tidak mudah untuk menghentikannya. Bagi Giska, terdapat cara untuk menghentikannya. Yang

pertama untuk tetap diam dan sabar saat mendapatkan perlakuan body shaming. Apabila perilaku tersebut berkelanjutan, maka perlu bagi korban untuk speak up bahwa dirinya tersinggung dan tidak nyaman. Selain itu, Giska menyampaikan adanya hikmah yang dapat diambil dari pengalaman body shaming yang pernah dialami, yaitu menjadi lebih percaya diri dan tidak perlu memaksakan diri untuk merubah diri sesuai dengan standar kecantikan di masyarakat.

PEMBAHASAN

Body shaming adalah setiap tindakan yang mengkritik atau meremehkan bentuk, penampilan, atau kemampuan fisik orang lain. Mempermalukan tubuh dapat dianggap sebagai satu-satunya bentuk intimidasi yang paling umum, baik dalam bentuk pelecehan verbal atau ancaman fisik. Ini juga dapat berupa penggunaan media sosial secara pasif atau aktif. Setiap standar tubuh ideal atau terobsesi kecantikan yang saat ini lazim di masyarakat menyebabkan banyak orang mengalami body shaming. Ini adalah masalah serius yang dapat memiliki dampak emosional dan psikologis yang signifikan pada individu yang menjadi sasaran body shaming.

Terbentuknya standar kecantikan di masyarakat bermula dari media yang menunjukkan bahwa laki-laki ataupun perempuan memiliki standar kecantikan yang menjadi daya tarik. Senada dengan penelitian yang dilakukan (Sakinah, 2018), body shaming juga bisa dilihat di media cetak, iklan televisi, atau media apapun yang menampilkan tubuh laki-laki yang Atletis, berotot dan tinggi badan serta perempuan. Informan mengalami body shaming sebagai tindakan yang menjelekan kondisi fisiknya yang tidak memenuhi standar kecantikan yang ada membuatnya merasa rendah diri, dimana informan tidak memiliki rasa percaya terhadap dirinya serta merasa malu dan minder dengan orang lain.

Pada informan, akibat dari body shaming membuat dirinya cenderung insecure dan merasa bahwa karakteristik fisiknya sangat kurang dan jauh dari standar kecantikan. Rasa insecure mendorong seseorang menjadi tidak percaya diri (Haryati et al., 2021) menyampaikan penyebab dari body shaming itu disebabkan karena adanya citra tubuh yang ideal yang mendorong seseorang untuk secara sadar maupun tidak mulai sering membandingkan dirinya dengan orang lain, yang akhirnya muncul rasa malu karena tidak dianggap ideal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa body shaming merupakan masalah serius yang berpengaruh terhadap kondisi mental dan keadaan seseorang. Body shaming yang merupakan kejahatan secara verbal terhadap kondisi fisik seseorang masih sering dianggap sepele oleh masyarakat. Bentuk bodyshaming yang dialami oleh Agiskakhansa seperti dihina karena memiliki tubuh yang kurus, rambut yang keriting, kaki yang berotot, serta payudara yang kecil.

Pengalaman bodyshaming yang diterima oleh Agiskakhansa menyebabkan dirinya merasa tidak percaya diri hingga melakukan self harm akibat perbuatan bodyshaming yang dilakukan oleh teman-teman sebayanya. Akibat dari adanya korban yang tidak dapat memenuhi standar kecantikan tersebut lahirlah diskriminasi yang menyebabkan prasangka negatif muncul dan melekat pada korban.

SARAN

BodyShaming adalah masalah yang serius yang dapat berdampak pada kesehatan mental dan emosional individu, serta masyarakat perlu bertindak tegas pada kasus bodyshaming. Dalam

jangka panjang, mendorong dialog terbuka tentang BodyShaming dan mempromosikan budaya yang menghormati keberagaman penampilan fisik adalah langkah penting dalam mengatasi masalah ini secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2008). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- CNN Indonesia. (2022, November 10). "7 Bentuk Body Shaming Paling Umum, Salah satunya dialami BCL,". *CNN Indonesia.com*, (tersedia di <https://www.cnnindonesia.com/Gaya-Hidup/20221110191127-277-872248/7-Bentuk-Body-Shaming-Paling-Umum-Salah-Satunya-Dialami-Bcl>.)
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Farid, M. (2018). *Fenomenologi dalam Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fauzia, F. T., & Rahmiaji, R. L. (2019). "Memahami Pengalaman Body Shaming Pada Remaja Perempuan," *Jurnal Interaksi Online*, Vol 7, No 3: Agustus 2019.
- Harahap, Y., Ginting, R., & Khairani, L. (2021). "Fenomena Keterbukaan Diri Selebgram Perempuan di Kota Medan Sebagai Cermin Budaya Populer di Media Sosial Instagram. Perspektif," *Jurnal Perspektif*, Vol. 10 No. 2.
- Haryati, A., Cahyani, R & Lesta (et.al.) (2021). "Peran Lingkungan Terhadap Rasa Percaya diri Mahasiswa yang Mengalami Body Shaming. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*," *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, Vol. 3 No. 2.
- Hasbiansyah. O (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan komunikasi. *Jurnal Komunikasi* Vol. 9 No. 1.
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing untuk Pemula*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Jamarah, D (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kasmanto, R (2022). *Dinamika kejahatan dan pencegahannya*. Malang : Ahli Media Press.
- Kuswanto, E (2009). *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Lida, E., & Hanifatunnisa. (2022). "Fenomena Korban Body Shaming pada Mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya," *Journal of Demography, Ethnography and Social Transformation*, Vol. 3 No. 1.
- Mutma, F (2017). "Pemaknaan Followers Terhadap Gaya Hidup Selebgram: Studi Resepsi pada Viewers Vlog Akun Youtube Karin Novilda," *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*. Vol. 1 No. 1.
- Rakhmad, W. N. (2022). "Pengalaman Komunikasi Wanita Dalam Memaknai Body Shaming," *Jurnal Interaksi Online*, vol. 10, no. 2,
- Sakinah (2018). "Ini Bukan Lelucon": Body Shaming, Citra Tubuh, Dampak dan Cara Mengatasinya," *Jurnal Emik*, Volume 1 Nomor 1, Desember.
- Subandy Ibrahim, & Hanif Suranto. (1998). *Wanita dan Media: Konstruksi ideologi gender dalam ruang publik orde baru*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sunarto (2021). *Perempuan dan Media*. Syiah Kuala University Press.
- Susilo, D. K. R. (2008). *Sosiologi Lingkungan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Yasyfa Rusyda, A., Imelisa, R., & Noch, B. I. (2022). "Pengalaman siswi di SMK Kesehatan mengalami body shaming," *journal of Community Health Issues* (Vol. 2, Issue 1).