

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG *BODY*
SHAMING DI MEDIA SOSIAL
SKRIPSI**

Oleh :

FITRIA ANJELITA SIRAIT

NPM : 1503110180

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Jurnalistik**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **FITRIA ANJELITA SIRAIT**

N P M : 1503110180

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Waktu : Pukul 08.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., MAP** (.....)

PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos.M.I.KOM**

(.....)

PENGUJI III : **Dr.RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP

Sekretaris,

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **FITRIA ANJELITA SIRAIT**
NPM : 1503110180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP BODY SHAMING DI MEDIA SOSIAL**

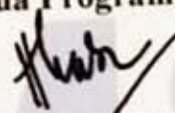
Medan, Oktober 2019

Dosen Pembimbing


Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom

Dekan,

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya FITRIA ANJELITA SIRAIT, NPM 1503110180 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh Undang-Undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang yang berlaku.
2. Bahwa hasil skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali hgelar kesarjaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana, dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Oktober 2019

Yang menyatakan,



Fitria Anjelita Sirait

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh..

Segala puji bagi Allah SWT penulis panjatkan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana strata satu(S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik di Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak lupa sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga sahabat dan pengikutnya yang masih setia sampai akhir zaman. Skripsi ini berjudul **“PERSEPSI MASYRAKAT TENTANG *BODY SHAMING* DI MEDIA SOSIAL”** .

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat membantu untuk menyempurnakan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, bimbingan dan bantuan yang tak terhingga dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Selesaiannya skripsi ini, penulis rasakan sebagai sebuah hal yang patut disyukuri, terlebih dengan berbagai proses yang telah penulis lalui. Proses- proses itulah yang memberikan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orangtua, Ayah saya **Alm. Rusli Sirait** yang sudah menjadi sumber motivasi saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini, semoga Ayah turut berbangga disana dengan penyelesaian skripsi ini. Kepada Mamak saya **Dahlia Sembiring**, terimakasih banyak untuk semua kasih sayang, motivasi dan begitu banyak hal-hal baik yang penulis dapatkan dari sosok Mamak, semoga kiranya penyelesaian skripsi ini dapat membuat mamak bangga dan bahagia, terimakasih sekali sudah sangat kuat selama ini dan menjadi orang yang penulis jadikan untuk selalu melakukan hal-hal terbaik dihidup penulis. Terimakasih kepada saudara kandung penulis satu-satunya **M. Harryson Affandy Sirait** yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya kepada penulis dan sangat beruntung memiliki saudara kandung yang selalu menyayangi dan mengasihi satu sama lain, terimakasih sudah saling menguatkan satu sama lain selama ini. Terimakasih juga kepada Bapak Uda **Ilham Fajar Sirait** untuk segala bantuan dan kasih sayangnya, juga Unde **Roslaini Sirait** yang juga banyak membantu penulis dalam segi moril dan menyayangi penulis, semoga Allah membalas segala kebaikan Bapak dan Unde Aamiin Yaa Rabbal Alamiin. Tak lupa pula seluruh keluarga besar sirait dan sembiring atas segala dukungan dan bantuannya selama penulis menyelesaikan pendidikan strata satu ini, Semoga Allah membalas kebaikan seluruh keluarga dengan selalu memurahkan datangnya rezeki dan limpahan berkah dariNya, Aamiin Yaa Rabbal Alamiin..

Terimakasih pula kepada pihak- pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan I Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos. M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Ahyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Ribut Priadi, S.sos M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, kesempatan dan ilmunya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah banyak memberi saya ilmu.
9. Seluruh Staff BIRO Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Terimakasih kepada masyarakat Jl.Kuini Kelurahan Kedai Ledang Lk. VI yang sudah membantu untuk meluangkan waktu dan

memaparkan penjelasannya kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.

11. Terimakasih kepada Fitri Safriani sebagai orang yang banyak membantu dan memberikan dukungan untuk terselesaikannya penulisan skripsi ini. Kepada Srikandy Indah Karina yang selalu berbagi pemikiran positif kepada penulis dan banyak membantu juga dalam proses pengerjaan skripsi ini, sangat beruntung rasanya memiliki kalian diperjalanan ini.
12. Terimakasih kepada teman- teman seperjuangan dan sepermainan saya Tuti Triana dan Ayu Sari Ramadhani, teman yang saling mendukung satu sama lain.
13. Terimakasih kepada Fahreza Putri Zulkifili, yang selalu peduli pada penulis dan selalu menanyakan kabar penulis semasa dalam pengerjaan skripsi ini, begitu juga dengan Dinda Surbakti dan Malia Humaira, saya sangat menyayangi kalian sahabat.
14. Teman- teman Fakultas Ilmu Sosial&Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2015, khususnya kelas IKO C Pagi dan 7F Jurnalistik Sore. Saya menyayangi kalian semua. Semoga kebahagiaan dan kesuksesan selalu menyertai langkah kita semua, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, maka dari itu

penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk sesuatu yang baik kedepannya.

Demikianlah penulisan skripsi ini penulis buat. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Wassalammu'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Penulis

FITRIA ANJELITA SIRAIT

1503110180

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG *BODY SHAMING*
DI MEDIA SOSIAL**

FITRIA ANJELITA SIRAIT

1503110180

ABSTRAK

Body Shaming adalah fenomena yang saat ini banyak terlihat di media sosial seperti instagram melalui kolom komentar postingan atau *update* seseorang. Hal ini tanpa disadari sangat tidak etis dan menimbulkan hal yang berbahaya terlebih untuk kesehatan mental. *Body shaming* tentu memberikan efek tekanan tersendiri bagi orang yang mengalaminya. *Body Shaming* juga merupakan bentuk *bulliyng* yang jarang diketahui saat ini. Peneliti memakai teori komunikasi, komunikasi massa, media sosial, psikologi komunikasi. Metodologi penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk melakukan wawancara mendalam dengan masyarakat pengguna aktif media sosial khususnya instagram, sebab banyaknya *body shaming* terjadi disana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap yang terjadi kepada mereka yang mengetahui fenomena seperti ini untuk lebih lanjut mencari tahu seberapa kenal dan seberapa tahukah masyarakat dengan berbahayanya dampak yang dihasilkan *body shaming* kepada korban dan juga pro dan kontra yang terjadi tentang hal ini. Peneliti berharap dari penelitian ini masyarakat menyadari fenomena *body shaming* sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Bukan hanya di media sosial saja, banyak orang yang melakukannya di dunia nyata. Dari hasil penelitian ini, masyarakat mengetahui dan tidak menyetujui adanya *body shaming* yang berdampak buruk bagi orang yang merasakannya.

Kata Kunci: Persepsi, *Body Shaming*, Media Sosial.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	8
2.1.3 Proses Komunikasi.....	11
2.2 Komunikasi Massa	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	13
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.3 Masyarakat	15
2.3.1 Pengertian Masyarakat	15
2.3.2 Ciri-Ciri Masyarakat	17
2.3.3 Unsur-Unsur Masyarakat	19
2.3.4 Macam-Macam Masyarakat	21
2.4 Media Sosial.....	23
2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	25
2.4.2 Peran Media Sosial.....	25

2.4.3 Jenis-Jenis Media Sosial.....	28
2.4.4 Pemanfaatan Media Sosial.	29
2.5 Body Shaming.....	30
2.5.1 Contoh-Contoh Perlakuan Body Shaming	31
2.5.2 Hukuman Untuk Pelaku Body Shaming	37
2.5.3 Dampak Dari Body Shaming.....	37
2.6 Persepsi	37
2.6.1 Pengertian Persepsi	37
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Berperan Dalam Persepsi.....	38
2.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Persepsi	39
2.6.4 Proses Terjadinya Persepsi.....	41
2.6.5 Jenis-Jenis Persepsi	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Kerangka Konsep	46
3.3 Definisi Konsep	47
3.4 Kategorisasi.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.1 Data Primer	49
3.5.2 Data Sekunder.....	49
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN&PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Data Responden	52
4.1.2 Analisis Data	52
4.2 Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62

5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	48
Tabel Kategorisasi Penelitian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi <i>Body Shaming</i>	36
Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menghina bagian tubuh, atau biasa dikenal dengan *body shaming* adalah hal yang sangat lumrah ditemui di zaman yang serba maju, terlebih pada teknologi. *Body shaming* sendiri biasa dilakukan di media yang sekarang selalu banyak digunakan masyarakat luas yaitu media sosial. Media sosial seperti *facebook*, *path*, *twitter*, *instagram* yang awalnya menjadi tempat mempersempit ruang untuk berkomunikasi lama-kelamaan memiliki wadah pula untuk melakukan *body shaming*. Korban dari *body shaming* pada umumnya banyak dari kaum wanita namun lama kelamaan lelaki pun banyak yang menjadi korban.

Sejauh ini sudah banyak korban yang dihasilkan, datang dari berbagai kalangan seperti masyarakat biasa sampai *public figure*. Seperti contoh kasus yang baru-baru saja terjadi kepada istri Anjasmara, yaitu Dian Nitami yang diejek karena hidungnya yang tidak mancung atau pesek, lalu Raisa Andriana penyanyi papan atas Indonesia yang baru-baru ini telah melahirkan putri pertamanya. Raisa dianggap gendut dan tidak bersinar setelah pasca menikah dan melahirkan. Dan yang paling mencengangkan dengan fenomena *body shaming* ini tidak melihat dan memandang umur si korban, baru-baru ini anak dari artis Tasya Kamila yang baru saja lahir

hitungan beberapa bulan sudah mendapat perlakuan *body shaming* dari pengikut atau biasa dikenal dengan *followers* Tasya Kamila.

Hal ini sungguh disayangkan mengingat seharusnya media sosial yang menjadi tempat bertukar informasi disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab hanya dengan mengetik beberapa kalimat yang awalnya biasa saja jika dibaca sekilas, tetapi mengandung makna yang tidak sopan atau terkesan kasar. Seperti contoh “kenapa gendutan?”, “hidungnya tidak rata”, “mukanya hitam”, dari beberapa kata tersebut mungkin hanya menjadi sebuah kata bagi yang tidak mendapatkannya dikolom komentar media sosial mereka, namun bagi mereka yang selalu mendapatkan komentar tidak mengenakan seperti ini apalagi dengan intensitas yang bisa dikategorikan selalu ini adalah sebuah hal yang mengganggu. membuat seseorang *insecure* dengan bagian tubuh yang dimiliki adalah hasil dari format komentar media sosial.

Saat ini di Indonesia, meski UU tentang *body shaming* sudah ada dan diterapkan sudah ada tetapi tampaknya pengguna media sosial yang masih senang mengeluarkan kata-kata atau kalimat tidak pantas seperti belum sadar akan hukum yang bisa menghampiri. Polisi telah menegaskan perbuatan mengejek bentuk fisik seseorang atau *body shaming* dapat dipidanakan.

Ancaman pidana kurungan penjaranya pun mulai dari hitungan bulan hingga tahunan. Karo Penmas Divisi Humas Polri, Brigjen Dedi Prasetyo menjelaskan, bentuk perbuatan pidana dibagi menjadi dua kategori. Pertama dengan cara tidak

langsung melalui transmisi narasi media sosial, kedua secara langsung melalui perkataan atau hinaan di media sosial korban. *Body shaming* dikategorikan menjadi dua tindakan. Tindakan yang seseorang mentransmisikan narasi berupa hinaan, ejekan terhadap bentuk, wajah, warna kulit, postur seseorang menggunakan media sosial itu bisa dikategorikan masuk UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) Pasal 45 ayat 1 dan Pasal 27 Ayat 3, dapat diancam hukuman pidana 6 tahun. Kedua apabila melakukan *body shaming* tersebut secara verbal, langsung ditujukan kepada seseorang, dikenakan Pasal 310 KUHP dengan ancaman hukuman 9 bulan. Kemudian *body shaming* yang langsung ditujukan kepada korban dilakukan secara tulisan dalam bentuk narasi, melalui transmisi di media sosial, dikenakan Pasal 311 KUHP, hukuman 4 tahun penjara.

Hal ini membuat orang-orang tidak lagi memperdulikan apa dampak dari menghina bagian tubuh seseorang yang awalnya hanya sekedar iseng berkomentar lama-kelamaan komentar mengenai bagian tubuh seseorang menjadi salah satu hal yang serius, dan berdampak buruk.

Body shaming tentu memberikan efek tekanan tersendiri bagi orang yang mengalaminya. *Body shaming* juga merupakan bentuk dari *bullying* yang jarang diketahui manusia saat ini. Contoh kecilnya seperti, seseorang bisa saja melakukan diet ketat dengan minum air saja tanpa disertai makanan yang mengandung karbohidrat dan protein cukup hanya demi turunnya berat badan dalam kurun waktu

yang singkat dengan tujuan terlihat cantik sesuai standar lingkungan sekitarnya. Ada lagi dampak menjadi tidak mencintai diri sendiri karena menilai diri tidak sempurna atau jauh dari kata sempurna, bahkan sampai ada yang menutup diri dari pergaulan sehari-harinya, dan yang paling parah sampai melakukan hal-hal yang menyakiti diri sendiri hingga bunuh diri atau mengakhiri hidup sendiri. Begitu dahsyatnya efek *body shaming* ini sampai bisa merusak kesehatan mental manusia.

Efek dari *body shaming* lainnya juga beragam, mulai dari jatuhnya harga diri, depresi, bahkan gangguan makan seperti *bulimia dan anoreksia nervosa*. Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang *body shaming* di masyarakat juga yang mengikutsertakan media sosial sebagai wadah melakukan *body shaming*. karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Persepsi Masyarakat Tentang Body Shaming di Media Sosial.**

1.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam suatu penelitian berguna untuk membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan, sasaran, yang ingin dicapai mendapatkan hasil yang diharapkan. Dalam penelitian ini, peneliti fokus di media sosial instagram yang banyak digunakan masyarakat saat ini, hal-hal yang membuat masyarakat gemar sekali melakukan *body shaming* di media sosial itu atas dasar dan tujuan seperti apa, apakah menguntungkan atau merugikan, atau mungkin ada yang sama sekali tidak

pernah menjadi pelakunya atau ada yang selalu melakukannya bahkan mungkin cenderung terbiasa.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media sosial?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media sosial.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Aspek Teoritis : Melalui penelitian ini diharapkan dapat mendambahkan aspek keilmuan bagi perguruan tinggi khususnya jurusan ilmu komunikasi, tentang *body shaming* yang terjadi di media sosial,
- b. Aspek Praktis : Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi masyarakat yang menggunakan media sosial khususnya yang menggunakan instagram tentang apa itu *body shaming*. Serta diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian bagi mahasiswa yang lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah

- BAB I : Pendahuluan memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.
- BAB II : Uraian Teoritis yang berisikan tentang komunikasi, pengertian komunikasi, komunikasi massa, persepsi, media sosial, *body shaming*, masyarakat.
- BAB III : Metode penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, teknik pengumpulan data, kategorisasi, narasumber, teknik analisis data, dan waktu penelitian.
- BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan berisikan tentang persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media sosial.
- BAB V : Berisikan penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” (communication) berasal dari Bahasa Latin “communicatus” atau communication atau communicare yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan(Murtiadi,dkk 2015:1).

Harold D.Laswel salah satu peletak ilmu komunikasi mendefinisikan komunikasi ‘siapa mengatakan apa kepada siapa menggunakan saluran apa dan dengan dampak apa’. Definisi yang dikembangkan dari karyanya dalam bidang propaganda politik, seperti halnya Aristoteles, juga menekankan pada unsur pembicara, pesan, dan khalayak, dan diperluas dengan melihat proses komunikasi yang menggunakan media(channel) dan memberikan dampak dan efek. Unsur- unsur ini juga bisa juga disebut sebagai komponen atau elemen komunikasi.(Rustan,2017:28).

Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia- manusia lainnya. Hampir setiap orang

membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. (Sihabudin,2011:14).

Pesan-pesan itu muncul lewat perilaku manusia. Ketika kita melambaikan tangan, senyum, bermuka masam, menganggukan kepala atau memberikan suatu isyarat, kita juga sedang berperilaku. Perilaku merupakan pesan; pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang.

Sebelum perilaku disebut pesan, perilaku harus memenuhi dua syarat. Pertama perilaku harus diobservasi oleh seseorang, dan kedua perilaku harus mengandung makna. Artinya, setiap perilaku yang dapat diartikan atau mempunyai arti adalah suatu pesan.

2.1.2 Fungsi Dan Tujuan Komunikasi

Widjaja (2010:9-10) memaparkan komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas. Tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai suatu kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Komunikasi

- a. Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

- b. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi : menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional maupun lokal.
- e. Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- f. Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

- g. Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, music, olah raga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
- h. Integrasi : Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

2. Tujuan Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

- a. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b. Memahami orang lain. Kita sebagai pejabat atau pemimpin harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah untuk pergi ke Barat tetapi kita memberikan jalan ke Timur.
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksudkan di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun

yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

Jadi secara singkat dapat kita katakan bahwa komunikasi itu bertujuan, mengharapkan pengertian, dukungan gagasan dan tindakan. Setiap kali kita bermaksud mengadakan komunikasi maka kita perlu meneliti apa yang menjadi tujuan kita. Tujuan kita tersebut :

- 1) Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu kepada orang lain. Ini dimaksudkan apakah kita menginginkan supaya orang lain mengerti dan dapat memahami apa yang kita maksudkan.
- 2) Apakah kita ingin supaya orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. Dalam hal ini tentunya cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan di atas.
- 3) Apakah kita ingin supaya orang lain tersebut mengajarkan sesuatu atau supaya mereka mau bertindak.

2.1.3 Proses Komunikasi

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diuraikan di atas, tampak adanya sejumlah komponen dan unsur yang dicakup dan merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam bahasa komunikasi komponen atau unsur adalah sebagai berikut :

- a) *Source* (sumber)

Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku dan sejenisnya. Dalam hal sumber ini yang perlu kita perhatikan kredibilitas terhadap sumber (kepercayaan) baru, lama, sementara dan lain sebagainya. Apabila kita salah mengambil sumber maka kemungkinan komunikasi yang kita lancarkan akan berakibat lain dari yang kita harapkan.

b) *Communicator* (komunikator = penyampai pesan)

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. Dalam komunikasi menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya
2. Ketrampilan dalam berkomunikasi
3. Mempunyai pengetahuan yang luas
4. Sikap
5. Memiliki daya tarik dalam arti ia memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap/penambahan pengetahuan bagi/pada diri komunikan.

c) Pesan

Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.

Pesan disampaikan melalui :

- (1) Lisan/ *face to face* /langsung.
- (2) Dengan menggunakan media/saluran.

Bentuk pesan dapat bersifat :

- (1) *Informatif*
- (2) *Persuasif*
- (3) *Coersif*

d) Saluran (*Channel*)

Saluran komunikasi selalu menyampaikan pesan yang dapat diterima melalui panca indera atau menggunakan media. Pada dasarnya komunikasi yang sering dilakukan dapat berlangsung menurut 2 saluran, yaitu :

- 1) Saluran formal atau yang bersifat resmi.
- 2) Saluran informal atau yang bersifat tidak resmi.

e. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan dapat digolongkan dalam 3 jenis :

- 1) Komunikasi persona (orang seorang)
- 2) Komunikasi kelompok

3) Komunikasi massa(Widjaja, 2010:11-18).

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Secara empiris sulit untuk membahas masalah komunikasi massa hanya berdasarkan pengertian-pengertian yang telah di tulis oleh para ahli sebelum tahun 2000. Sebab pada era tersebut komunikasi massa masih memperlihatkan kekuasaannya sebagai entitas tunggal yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Televisi, Radio, dan surat kabar dianggap sebagai media yang mempunyai efek sangat besar pada masyarakat luas. Beberapa generalisasi penelitian penelitian pada era sebelum abad ke-21 menunjukkan kedigdayaan tersebut, sehingga teori-teori efek media yang kuat (*the powerful effect theory*) seperti teori peluru dan jarum suntik menjadi daya tarik para pembuat kebijakan yang berkaitan dengan komunikasi massa.

Joseph R. Dominick membuat definisi “komunikasi massa” pada tahun 1970-an dalam bukunya *the dynamic of mass communication media in transision*: komunikasi massa merupakan proses pengiriman informasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Pengiriman tersebut dilakukan dengan bantuan mesin-mesin tertentu. (Panuju, 2018: 121).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Dominick (2013) komunikasi massa memiliki fungsi utama sebagai:

- (1) fungsi pengawasan (*surveillance*). Media massa sering dijadikan media peringatan kemungkinan terjadinya bencana (*early warning system*) ketika terjadi gempa bumi misalnya, otoritas pengawas gempa bumi mengirimkan rilis ke media televisi tentang kemungkinan diusul dengan gelombang tsunami. Maka stasiun televisi segera menginformasikan dengan segera. Dapat juga yang dimaksud dengan fungsi pengawasan adalah menjaga tertib sosial dan harmoni sosial dengan pesan-pesan yang disampaikan.
- (2) fungsi interpretasi. Media massa memiliki standart siaran, kebijakan siaran/liputan, dan basis ideology. Penelitian analisis bingkai (*framing analysis*) merupakan contoh metode yang digunakan untuk mencari tahu bagaimana media massa mengepung sebuah peristiwa atau fenomena dengan ide-ide ideology yang ada dibaliknya. Dengan kata lain, media massa memiliki tradisi untuk membantu masyarakat memberi makna pada fakta dan atau peristiwa. Apa yang dianggap penting oleh media di asumsikan penting bagi masyarakat. Dalam teori “agenda setting” di asumsikan bahwa media merupakan refleksi masyarakat. Apa yang dianggap penting oleh masyarakat dapat diperoleh di media massa dan demikian sebaliknya apa yang dianggap penting media ada di masyarakat.
- (3) fungsi mediasi atau atau hubungan (*mediated and linkage*). Media massa merupakan institusi yang menjembatani komunikasi antar berbagai kelompok dalam masyarakat, seperti antara produsen dan konsumen, antara pemerintah dan rakyat, antara elite politik dan konstituennya;
- (4) fungsi penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*). Media massa

memberikan model bagaimana sebuah tayangan dapat menjadi tuntutan (*referensi*) untuk ditiru (diadopsi) masyarakat.

2.3 Masyarakat

2.3.1 Pengertian Masyarakat

Pengertian Masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup secara bersama-sama di suatu wilayah dan membentuk sebuah sistem, baik semi terbuka maupun semi tertutup, dimana interaksi yang terjadi di dalamnya adalah antara individu-individu yang ada di kelompok tersebut.

Secara etimologis kata “masyarakat” berasal dari bahasa Arab, yaitu “*musyarak*” yang artinya hubungan (interaksi). Sehingga definisi masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup bersama-sama di suatu tempat dan saling berinteraksi dalam komunitas yang teratur. Suatu masyarakat terbentuk karena setiap manusia menggunakan perasaan, pikiran, dan hasratnya untuk bereaksi terhadap lingkungannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang secara kodrati saling membutuhkan satu sama lainnya. (<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat.html>, di akses pada 9 September 2019).

Beberapa definisi masyarakat yang dikemukakan oleh para ilmuwan (Hartono,2011:88-89)

a) Linton (seorang ahli antropologi) mengemukakan, bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia, yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, sehingga mereka itu dapat mengorganisasikan dirinya dan berpikir tentang dirinya sebagai satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.

b) M.J. Heskovits menulis, bahwa masyarakat adalah kelompok individu yang diorganisasikan yang mengikuti satu cara hidup tertentu.

c) J.L. Gillin J.P. Gillin mengatakan bahwa masyarakat itu adalah kelompok manusia yang terbesar mempunyai kebiasaann, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang sama. Masyarakat itu meliputi pengelompokan-pengelompokan yang kecil.

d) S.R. Steinmetz memberikan batasan tentang masyarakat sebagai kelompok manusia yang terbesar yang meliputi pengelompokan-pengelompokan manusia yang lebih kecil yang mempunyai hubungan yang erat dan teratur.

e) Mac Iver menyatakan bahwa masyarakat adalah satu sistem daripada cara kerja dan prosedur, daripada otoritas dan saling bantu membantu yang meliputi kelompok-kelompok dan pembagian-pembagian sosial lain. Sistem dari pengawasan tingkah laku manusia dan kebebasan. Sistem yang kompleks yang selalu berubah atau jaringan-jaringan dari relasi sosial itulah yang dinamakan masyarakat.

2.3.3 Ciri-Ciri Masyarakat

Suatu masyarakat dapat dikenali dari karakteristik yang ada di dalamnya. Adapun ciri-ciri masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Berada di Wilayah Tertentu

Mengacu pada pengertian masyarakat di atas, suatu kelompok masyarakat mendiami di suatu wilayah tertentu secara bersama-sama dan memiliki suatu sistem yang mengatur hubungan antar individu.

2. Hidup Secara Berkelompok

Manusia adalah makhluk sosial dan akan selalu membentuk kelompok berdasarkan kebutuhan bersama. Kelompok manusia ini akan semakin besar dan berubah menjadi suatu masyarakat yang saling tergantung satu sama lain.

3. Terdapat Suatu Kebudayaan

Suatu kebudayaan hanya dapat tercipta bila ada masyarakat. Oleh karena itu, sekelompok manusia yang telah hidup bersama dalam waktu tertentu akan melahirkan suatu kebudayaan yang selalu mengalami penyesuaian dan diwariskan secara turun-temurun.

4. Terjadi Perubahan

Suatu masyarakat akan mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena memang pada dasarnya masyarakat memiliki sifat yang dinamis. Perubahan yang terjadi di masyarakat akan disesuaikan dengan kebudayaan yang sebelumnya telah ada.

5. Terdapat Interaksi Sosial

Interaksi sosial akan selalu terjadi di dalam suatu masyarakat. Interaksi ini bisa terjadi bila individu-individu saling bertemu satu dengan lainnya.

6. Terdapat Pemimpin

Aturan dan norma dibutuhkan dalam suatu masyarakat agar kehidupan harmonis dapat terwujud. Untuk itu, maka dibutuhkan pemimpin untuk menindaklanjuti hal-hal yang telah disepakati sehingga dapat berjalan sebagaimana mestinya

7. Terdapat Stratifikasi Sosial

Di dalam masyarakat akan terbentuk golongan tertentu, baik berdasarkan tugas dan tanggungjawab, maupun religiusitasnya. Dalam hal ini stratifikasi dilakukan dengan menempatkan individu pada posisi tertentu sesuai dengan keahlian dan kemampuannya.

(https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian_masyarakat.html, di akses pada 9 September 2019).

2.3.4 Unsur-Unsur Masyarakat

Masyarakat terbentuk oleh beberapa unsur penting di dalamnya. Adapun unsur-unsur masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Sekumpulan Orang Banyak

Dalam hal ini orang banyak (crowd) adalah sekelompok orang banyak yang berada di suatu tempat tertentu. Adapun karakteristik orang banyak adalah;

- a) Terbentuk karena adanya suatu pusat perhatian bersama.
- b) Terjadi tanya-jawab di sekitar objek yang menjadi pusat perhatian.
- c) Proses terbentuknya membutuhkan waktu lama.
- d) Adanya perasaan sebagai satu kesatuan.

2. Golongan

Pengelompokan dilakukan di dalam masyarakat berdasarkan karakteristik yang dimiliki, baik objektif maupun subjektif. Ciri-ciri suatu golongan mencakup;

- a) Terdapat perbedaan status dan peran.
- b) Terdapat pola interaksi yang beragam.
- c) Terjadi distribusi hak dan kewajiban masing-masing anggota.

d) Terdapat sanksi dan penghargaan.

3. Perkumpulan (Asosiasi)

Perkumpulan adalah kesatuan banyak individu yang terbentuk secara sadar dan punya tujuan tertentu yang ingin dicapai. Pembentukan asosiasi dilakukan berdasarkan minat, kepentingan, tujuan, pendidikan, agama, dan profesi.

4. Kelompok

Berbeda dengan asosiasi, kelompok merupakan unsur masyarakat yang lebih kecil.

Adapun beberapa karakteristiknya adalah sebagai berikut;

- a) Terdapat struktur, kaidah, dan pola tertentu.
- b) Terdapat interaksi antar anggota kelompok.
- c) Adanya kesadaran setiap anggota bahwa mereka adalah bagian dari suatu kelompok.
- d) Terdapat faktor pengikat, yaitu kepentingan, tujuan, ideologi, nasib, dari setiap anggota.

2.3.5 Macam-Macam Masyarakat

Secara umum, masyarakat dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu masyarakat primitif dan masyarakat modern. Berikut penjelasannya:

1. Masyarakat Primitif/ Sederhana

Ini adalah jenis masyarakat yang di dalamnya belum terjadi perkembangan yang berarti dalam hal ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kehidupan mereka. Umumnya masyarakat ini masih terisolasi dan sangat jarang berinteraksi dengan masyarakat lainnya di luar komunitas mereka.

Adapun ciri-ciri masyarakat primitif/ sederhana adalah sebagai berikut;

- a) Masyarakatnya masih miskin ilmu dan harta.
- b) Masih berpatokan kepada budaya nenek moyang.
- c) Menolak budaya asing di dalam komunitasnya.
- d) Pemimpinnya dipilih berdasarkan garis keturunan.

2. Masyarakat Modern

Ini adalah jenis masyarakat yang sudah mengenal ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru, serta menggunakannya sehari-hari. Umumnya masyarakatnya sangat terbuka dengan hal-hal baru dan sering berinteraksi dengan masyarakat luar.

Adapun ciri-ciri masyarakat modern adalah sebagai berikut;

- a) Masyarakatnya sangat terbuka dengan hal-hal baru.
- b) Setiap individu di dalam masyarakat modern sangat menghargai waktu.
- c) Pemimpin dipilih berdasarkan kemampuannya.
- d) Lebih mengandalkan logika dan tindakan rasional.
- e) Masyarakatnya terdiri dari berbagai suku dan golongan.

(<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat.html>, di akses pada 9 September 2019).

2.4 Media Sosial

2.4.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapatlain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Jejaring sosial merupakan situs

dimana setiap orang bisa membuat webpage pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain website, facebook, instagram dan twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Adapun beberapa definisi (Nasrullah, 2015 : 11) mengatakan bahwa media sosial berasal dari berbagai literatur penelitian diantaranya :

a) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content). b. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semua berada di luar kerangka instutional maupun organisasi.

c) Menurut Meike dan Young, mengartikan kata media sosial sebaga konvergensi anantara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be shared one-to-one) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tana ada kekhususan individual. Berdasarkan teori-teori sosial yang telah dikembangkan oleh Durkheim, Tonnies maupun Maxx untuk memahami hubungan antara pengguna dengan medianya dapat dipahami melalui karekteristi kerja computer dalam web 1.0

berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain yang berada dalam sebuah sistem jaringan (human cognition). Sedangkan web 2.0 berdasarkan bagaimana individu berkomunikasi dalam jaringan antarindividu (human communication) (Nursallah, 2015:13).

Keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi dan kerja sama bisa dilakukan. Pesatnya perkembangan media sosial dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan sosial media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya.

2.4.2 Peran Media Sosial

Media sosial termasuk situs jejaring sosial memberikan peluang yang sangat besar bagi penggunaannya untuk tetap berhubungan dengan teman-teman lama, rekan kerja, dan pasangan. Media sosial juga membantu orang-orang di seluruh dunia untuk

membuat pertemanan baru, saling berbagi isi atau konten seperti gambar dan lain sebagainya. Selain itu, media sosial juga mengubah gaya hidup sebuah masyarakat.

Banyak sekali peranan media sosial bagi kehidupan kita, tidak hanya dalam bidang pendidikan, media sosial juga berperan penting dalam bidang bisnis, bagi kaum muda, dan masyarakat. Pada kesempatan kali ini, kita akan mengulas secara singkat beberapa peranan media sosial dalam masyarakat, diantaranya adalah :

a) Membangun dan menjaga hubungan

Salah satu pengaruh media baru dalam komunikasi adalah membangun dan menjaga hubungan dengan pengguna lainnya. Melalui media baru seperti media sosial, pengguna dapat tetap berhubungan dan menjaga hubungan dengan pengguna lainnya. Biasanya, mereka akan membentuk semacam kelompok pertemanan yang mengarahkan mereka pada saling bertukar informasi, saling berbagai obyek sosialitas, saling mengirim pesan teks atau pesan, bertemu atau melakukan kopi darat, ataupun hanya sekedar masuk menjadi salah satu daftar pertemanan dari pengguna lainnya.

b) Mempengaruhi orang lain

Peranan media sosial dalam masyarakat selanjutnya adalah untuk mempengaruhi orang lain. Sebagaimana peran media massa, media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempengaruhi orang lain. Cara mempengaruhi orang lain dalam sebuah komunikasi melalui media sosial adalah dengan berperan serta dalam

sebuah percakapan atau diskusi. Namun hal ini bukanlah hal mudah karena diperlukan eksekusi yang cerdas agar dapat mempengaruhi orang lain secara efektif.

Hal ini dikarenakan orang cenderung bersikap resisten terhadap informasi yang disampaikan oleh orang lain. Jika informasi tersebut tidak sesuai dengan sikap, perilaku, dan keyakinan dirinya, maka ia akan berusaha mencari informasi lain yang sesuai dengan sikap, perilaku, dan keyakinan yang dimilikinya atau mengubah sikap, perilaku, dan keyakinan yang dimilikinya agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh orang lain sebagaimana dijelaskan dalam teori disonansi kognitif dan teori konsistensi kognitif dalam komunikasi persuasif.

c) Sumber informasi

Kini, semakin banyak media massa seperti radio dan televisi yang juga memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi tercepat. Digunakannya media sosial oleh berbagai media massa tentunya membantu masyarakat untuk tetap memperoleh berbagai macam informasi terbaru yang terjadi di sekitar kita atau seluruh dunia.

Penggunaan media sosial oleh media massa *mainstream* umumnya ditujukan untuk membantu masyarakat yang tidak sempat untuk membaca berita di surat kabar ataupun menonton berita di televisi. Hal ini sesuai dengan fungsi media massa

menurut para ahli.(<https://pakarkomunikasi.com/peranan-media-sosial-dalam-masyarakat>, diakses pada 9 September).

2.4.3 Jenis-Jenis Media Sosial

Adapun jenis-jenis media sosial diantaranya sebagai berikut:

a) Jaringan Sosial (*Social Networking*)

Social Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial termasuk konsekuensi dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari jejaring sosial ialah pengguna membentuk jaringan pertemanan baik, terhadap pengguna yang sudah diketahui dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata maupun membentuk jaringan pertemanan baru. (Nasrullah, 2015:40).

b) Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian saling mengomentari dan berbagi baik tautan, website, informasi dan sebagainya. Karakter dari blog antara lain penggunanya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait pengguna itu sendiri (Nasrullah, 2015:41).

c) Microblogging

Microblogging beda dengan jurnal online. Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter (Nusrullah, 2015:43).

d) Media Sharing

Situs berbagi media merupakan media sosial yang menyediakan atau memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi dokumen, video, audio gambar kepada semua penggunanya (Nursullah, 2015:44).e.Sosial bookmarkingPenanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Media sosial ini digunakan oleh khalayak untuk mencari informasi baik secara teks, video, maupun foto melalui keyword atau kata kunci tertentu secara singkat. Hingga kemudian pengguna akan diarahkan pada sumber informasi yang berbeda (Nursullah, 2015:44-45).

f) Wiki

Wiki merupakan media atau situs yang secara program memungkinkan pada penggunaannya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama. Dengan wiki setiap pengguna melalui perambah web biasa dapat menyunting sebuah konten yang telah dipublikasikan.(Nursullah, 2015:44-45).

2.4.4 Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial bagi masyarakat menui banyak manfaat. Media sosial sebagai wadah informasi sangat mudah digunakan oleh semua kalang tanpa memakan

waktu, biaya dan akses yang cepat menjadikan media sosial sebagai kebutuhan masyarakat. Adapun manfaat dari media sosial diantaranya:

a) Bidang Pendidikan

Pendidikan adalah hak setiap orang. Agar tujuan pendidikan yaitu mencerdaskan kehidupan umat manusia, para penggerak pendidikan tentunya akan berupaya untuk bisa memberikan pembelajaran dimanapun dan kapanpun serta apapun kondisinya. Media edukasi internet adalah salah satu perkembangan dari internet yang di buat dalam bidang pendidikan salah satunya adalah e-learning.

b) Bidang Sosial

Bidang yang sekarang paling banyak di akses oleh orang-orang karena banyak sekali website yang bisa diakses untuk melakukan kegiatan sosial salah satunya facebook, twitter, instagram, whatsapp, gmail, youtubed dan lainnya. Melalui websitetersebut kita dapat bersilaturahmi pada sanak saudara dimanapun menggunakan website tersebut.

c) Bidang Kesehatan Pemanfaatan media sosial dibidang kesehatan dapat dilakukan dengan cara mengkampanye kangerakan hidup sehat di media sosial. Popularitas media sosial telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir.

2.5 Body Shaming

Body shaming adalah perilaku mengkritik atau mengomentari fisik atau tubuh diri sendiri maupun orang lain dengan cara yang negatif. Entah itu mengejek tubuh gendut, kurus, pendek, atau tinggi, sama seperti saat Anda melakukan *bullying* secara verbal. (<https://hellosehat.com/hidup-sehat/psikologi/ciri-body-shaming-adalah/> diakses 9 September 2019).

Bukan cuma bikin minder, korban *body shaming* umumnya akan menarik diri dari keramaian untuk menenangkan diri. Menurut studi yang dimuat dalam *Journal of Behavioral Medicine* tahun 2015, ada banyak perubahan sikap yang akan terjadi, misalnya mudah tersinggung, pendiam, malas makan, hingga depresi.

Sementara mengutip dari wolipop.detik.com definisi *body shaming* adalah tindakan memperlakukan seseorang dengan membuat komentar mengejek atau mengkritik bentuk atau ukuran tubuh.

Dengan kata lain, pengertian *body shaming* yaitu perbuatan mencela orang lain atau diri sendiri sebab penampilan fisiknya. Adapun contohnya adalah mengejek orang lain sebab ia gendut, kurus, kerempeng, mencela karena bentuk tubuhnya, mencibir sebab orang terhadap warna kulitnya, dan lain sebagainya. (<https://www.onoini.com/pengertian-body-shaming/> diakses 9 September).

2.5.1 Contoh-Contoh Perlakuan *Body Shaming*

Adapun perbuatan atau perilaku yang termasuk *body shaming* antara lain sebagai berikut:

1) Mengungkapkan Keprihatinan Atas Bentuk Tubuh Seseorang

Seseorang yang mengungkapkan perkataan kepada orang lain seperti “Loe kalau punya badan jangan gemuk, nanti bisa terkena diabetes” atau perkataan seperti “Coba deh diet agar badan kamu lebih sehat dan tidak mudah sakit”.

Ungkapan diatas seperti sebuah bentuk kepedulian atau perhatian, namun sesungguhnya itu masuk dalam kategori *body shaming* secara tidak langsung.

Seorang pendiri Brand pakaian Plus-Size CurveWOW, Darrel Freeman mengungkapkan “Beranggapan bahwa seseorang yang kelebihan berat badan itu tidak sehat, dietnya asal-asalan atau malas adalah sebuah prasangka dan ketidakpekaan. Mungkin saja mereka mengalami gangguan kesehatan, dan sebenarnya sudah menjalani gaya hidup sehat. Tapi kan mereka tidak harus memberitahumu tentang itu. Kecuali mereka membahasnya lebih dulu, kamu harus berhenti tanya-tanya.

2) Ekspresi Kaget Pada Saat Ada Orang Gemuk Olahraga

Menunjukkan ekspresi terkejut atau lebih parah memberi ucapan selamat pada saat mengetahui orang yang kelebihan berat badan berolahraga, secara tidak sadar merupakan suatu perilaku *body shaming* atau lebih detailnya *fat shaming*. Orang yang

gemuk atau berat badannya berlebih masih dapat berolahraga dan melakukan banyak aktivitas secara intensif. Oleh karena itu sebaiknya jangan memberi selamat atau bertingkat kaget ketika teman anda yang berat badannya berlebih memutuskan untuk olahraga demi kesehatannya.

3) Memberi Saran Tentang Memakai Baju

Memberikan saran kepada teman tentang bagaimana dia harus berpakaian supaya terlihat nyaman atau langsing dalam beraktivitas adalah tindakan yang tidak membantu, namun justru suatu perbuatan body shaming yang bisa saja membuat teman anda menjadi tersinggung. Hal pengecualian jika dia sendiri yang meminta saran dalam berpakaian kepada anda.

Darrel Freeman menambahkan, “Dengan begitu menyiratkan bahwa mereka tidak bisa memakai baju tertentu dan harus berbusana dengan cara-cara tertentu sesuai ukuran tubuh mereka. Boleh saja bersikap jujur dan membantu tapi jangan kamu yang memutuskan apa yang boleh dan tidak untuk dia pakai.

4) Menghakimi Cara Diet Seseorang

Biarkan ketika orang ingin berpakaian, berkelakuan atau makan, merupakan hak dan kebebasan mereka. Terlepas jika perbuatan itu baik atau tidak untuk mereka. Bagi anda hal tersebut bukan tempatnya untuk memutuskan apakah orang yang gemuk harus makan yoghurt atau es krim.

Darrel Freeman juga berujar “Bagaimana orang bisa merasa bahagia dan percaya diri jika mereka terus-terusan ditekan untuk diet menurunkan berat badan”.

5) Memuji yang Tidak Pada Tempatnya

Memberikan pujian seperti “Wow, kamu ganteng yang sekarang. Turun berapa kilo berat badanmu? atau “Kamu nggak gemuk kok, kamu cantik”

Secara sekilas, dua kalimat diatas memberikan kesan memuji. Namun komentar yang terlihat ‘positif’ tersebut malah dapat dianggap sebaliknya.

Jika anda mengatakan “kamu gak gemuk, kamu cantik, adalah sebuah isyarat bahwa bertubuk gemuk itu adalah sesuatu yang tidak baik. Artinya juga seseorang tidak dapat bertubuh gemuk dan dianggap cantik. Padahal masalahnya tidak melulu seperti itu. Orang dapat terlihat cantik dan bertubuh gemuk di waktu yang bersamaan.

6) Skinny Shaming

Perbuatan body shaming tidak hanya terjadi terhadap orang gemuk saja, namun juga pada orang kurus. Harus diingat, berkomentar tentang tubuh orang dengan “terlalu kurus”, “kurang gizi” atau “banyak makan agar sehat” adalah salah satu contoh perilaku body shaming.

Sebelum memberikan komentar atau mengejek tubuh orang lain yang terlalu kurus atau ceking, kerempeng dan lainnya ada beberapa hal yang harus kamu ketahui.

Beberapa orang mempunyai metabolisme tubuh yang cepat menjadikan sulit untuk mereka dalam menaikkan berat badan. Ada juga yang menyukai olahraga hampir setiap hari menjadikan tubuh mereka selalu terlihat kurus, dan bisa juga sebab mereka menderita gangguan pola makan dan atau sedang melakukan perawatan yang intensif. Anda tidak akan pernah tahu, dan sebaiknya tidak perlu tahu apabila mereka memang tidak ingin menjelaskannya.

7) Kamu Lumayan Cantik/Ganteng untuk Ukuran...

Berujar kepada oran lain seperti “Kamu lumayan cantik/ganteng ya untuk ukuran orang gemuk. Orang yang kulitnya hitam. Orang Asia, Orang Kurus”

Dari ungkapan diatas merupakan sebuah petunjuk jika standar kamu terhadap istilah ‘cantik atau ganteng’ sangat rendah. Cantik dan ganteng bukan saja dimiliki wanita yang bertubuh ramping, berkulit putih atau berambut hitam-lurus. Namun kecantikan atau ganteng dapat datang dalam segala bentuk, warna kulit serta ukuran tubuh. Contoh lainnya seperti “Istrinya gendut banget”, “Kok kamu terlihat lebih hitam ya”, “Wah, bibir kamu lebar bener”.

detikcom

STOP BODY SHAMING atau Dipenjara

BODY SHAMING

Tindakan memperlakukan seseorang dengan membuat komentar mengejek atau mengkritik tentang bentuk atau ukuran tubuhnya.

"Kok badan kamu makin gemuk, sih... diet donk! Nanti ga dapet cowok, lho"

PELAKU

Terkadang keluarga, bahkan orang tua sendiri tanpa disadari suka melakukan body shaming.

diet dong... kamu kok gendut banget

JERAT HUKUM

Pelaku penghinaan di media sosial dapat dijerat dengan pasal 27 ayat 3 (jo), pasal 45 ayat 3 (jo) **UU No 11 Tahun 2008** tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang kini menjadi **UU No 19 Tahun 2016**. Ini merupakan delik aduan.

ANCAMAN HUKUMAN

Penjara paling lama **4 TAHUN**

Denda paling banyak **Rp750 JUTA**

NASKAH: SUDRAJAT | SUMBER: OXFORD DICTIONARY | INFOGRAFIS: NADIA PERMATASARI W **detiknews**

Gambar 2.1 sumber: wolipop.detik.com

2.5.2 Hukuman Untuk Pelaku *Body Shaming*

Adapun hukum yang diterima oleh pelaku body shaming dapat dikenakan Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) dengan ancaman penjara 4 tahun atau denda sebesar Rp. 750 juta jika ada pihak yang melaporkan.

Pelaku yang melakukan body shaming di media sosial bisa dijerat dengan Pasal 27 ayat 3 (jo), pasal 45 ayat 3 (jo). UU No 11 Tahun 2008 mengenai ITE yang saat ini menjadi UU No. 19 Tahun 2016 yang merupakan deli aduan.

2.5.3 Dampak Dari Perlakuan *Body Shaming*

- 1) Kehilangan rasa percaya diri
- 2) Dapat menimbulkan gangguan mental
- 3) Lebih tertutup dalam pergaulan(<https://www.onoini.com/pengertian-body-shaming/> diakses 9 September).

2.6 Persepsi

2.6.1 Pengertian Persepsi

Lahry (Saverin, 2005:83) mengemukakan persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui lima indra kita. Hasil penelitian telah

mengidentifikasi dua jenis pengaruh dalam persepsi, yaitu pengaruh structural dan pengaruh fungsional.

Pengaruh structural pada persepsi berasal dari aspek-aspek fisik rangsangan yang terpapar pada kita, misalnya titik-titik yang disusun berdekatan secara berjajar akan terlihat seperti sebetuk garis. Pengaruh-pengaruh fungsional merupakan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi persepsi, dan karena itu membawa pula subjektivitas ke dalam proses.

2.6.2 Faktor –Faktor Yang Berperan Dalam Persepsi

Walgito (2005:101) mengemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Berkaitan dengan faktor–faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan adanya beberapa faktor, yaitu:

a) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang berlangsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian terbesar stimulus datang dari luar individu.

b) Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerimastimulus. Di samping itu jug harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus

yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

c) Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek. Dari hal-hal tersebut dapat dikemukakan bahwa untuk mengadakan persepsi adanya beberapa faktor yang berperan, yang merupakan syarat agar terjadi persepsi, yaitu :

- (a) objek atau stimulus yang dipersepsi;
- (b) alat inderadan syaraf –syaraf serta pusat susunan syaraf, yang merupakan syarat fisiologis; dan
- (c) perhatian, yang merupakan syarat psikologis

2.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rahmad (2003:29) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- a) Kebutuhan merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan, dan cita-cita.
- b) Kesiapan mental yaitu kesanggupan penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.

- c) Suasana emosional dimana kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbulnya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang, latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh seseorang.
- d) Latar belakang budaya merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.

Kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi lainnya adalah harapan pengalaman masa lalu, dan keadaan psikologi yang mana menciptakan kumpulan perseptual. Selain hal tersebut masih ada beberapa hal yang mempengaruhi persepsi, yaitu :

- a) Yang paling berpengaruh terhadap persepsi adalah perhatian, karena perhatian adalah proses mental ketika stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran, pada saat stimulus lainnya melemah. Dalam stimulus mempunyai sifat-sifat menonjol, antara lain intensitas dan pengulangan. Diri orang yang membentuk persepsi itu sendiri, apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia dipengaruhi oleh karakteristik individual yang turut berpengaruh seperti sikap, kepentingan, minat, kebutuhan, pengalaman, harapan, dan kepribadian.
- b) Stimulus yang berupa obyek maupun peristiwa tertentu. Stimulus yang dimaksud mungkin berupa orang, benda, atau peristiwa. Sifat-sifat sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi Orang yang melihatnya.
- c) Faktor situasi dimana pembentukan persepsi itu terjadi baik tempat, waktu, suasana dan lain lain.

d) Prinsip persepsi yang utama adalah prinsip figure dan ground. Prinsip ini menggambarkan bahwa manusia secara sengaja maupun tidak sengaja, memilih dari serangkaian stimulus, mana yang menjadi fokus atau bentuk utama (figure) dan mana yang menjadi latar (ground).

2.6.4 Proses Terjadinya Persepsi

Walgito memaparkan (2005:102) Proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut. Objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Perlu dikemukakan bahwa antara objek dan stimulus itu berbeda, tetapi ada kalanya bahwa objek dan stimulus itu menjadi satu, misalnya dalam hal tekanan. Benda sebagai objek langsung mengenai kulit, sehingga akan terasa tekanan tersebut.

Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai proses psikologis. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang misalnya apa yang dilihat., atau apa yang didengar, atau apa yang di raba, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.

Tidak semua stimulus akan direspon oleh organisme atau individu. Respon diberikan oleh individu terhadap stimulus yang ada persesuaian atau yang menarik perhatian individu. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa yang dipersepsi oleh individu selain tergantung pada stimulusnya juga tergantung kepada keadaan individu yang bersangkutan. Stimulus yang mendapatkan pemilihan dari individu tergantung kepada bermacam-macam faktor, salah satu faktor adalah perhatian individu, yang merupakan aspek psikologis individu dalam mengadakan persepsi.

2.6.5 Jenis-Jenis Persepsi

Adapun jenis-jenis persepsi dibagi menjadi sebagai berikut :Yang pertama, persepsi Melalui Indra Penglihatan yaitu untuk mempersepsi sesuatu, individu harus mempunyai perhatian kepada objek yang bersangkutan. Apabila individu telah memperhatikan, selanjutnya individu menyadari sesuatu yang diperhatikan itu, atau dengan kata lain individu mempersepsi apa yang diterima dengan alat inderanya. individu dapat menyadari apa yang dilihatnya, didengarnya, dirabanya dan sebagainya. Alat indera merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi.

Seseorang dapat melihat dengan matanya tetapi mata bukanlah satu –satunya bagian hingga individu dapat mempersepsi apa yang dilihatnya, mata hanyalah merupakan salah satu alat atau bagian yang menerima stimulus, dan stimulus ini dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya individu dapat menyadari apa yang dilihat. Secara alur dapat dikemukakan bahwa proses persepsi berlangsung sebagai berikut:

- a) Stimulus mengenai alat indera, ini merupakan proses yang bersifat kealaman (fisik)
- b) Stimulus kemudian dilangsungkan ke otak oleh syaraf sensoris, proses ini merupakan proses fisiologis
- c) Di otak sebagai pusat susunan urat syaraf terjadilah proses yang akhirnya individu dapat menyadari atau mempersepsi tentang apa yang diterima melalui alat indera melalui alat indera. Proses yang terjadi dalam otak ini merupakan proses psikologis. Yang kedua, persepsi melalui indera pendengaran yaitu orang dapat mendengar sesuatu dengan alat pendengaran, yaitu telinga. Telinga merupakan salah satu alat untuk dapat mengetahui sesuatu yang ada disekitarnya. Telinga dapat dibagi atas beberapa bagian yang masing –masing mempunyai fungsi atau tugas sendiri, yaitu ;
 - a) Telinga bagian luar, yaitu merupakan bagian yang menerima stimulus dari luar.

- b) Telinga bagian luar, yaitu merupakan bagian yang meneruskan stimulus yang diterima oleh telinga bagian luar, jadi bagian ini merupakan transformer
- c) Telinga bagian dalam, yaitu merupakan reseptor yang sensitif yang merupakan saraf –saraf penerima.

Yang ketiga, yaitu persepsi melalui indera pencium orang dapat mencium bau sesuatu melalui alat indera pencium yaitu, hidung. Sel–sel penerima atau reseptor bau terletak dalam hidung sebelah dalam. Stimulusnya berujud benda–benda yang bersifat khemis atau gas yang dapat menguap, dan mengenai alat–alat penerima yang ada dalam hidung, kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak, dan sebagai respons dari stimulus tersebut orang dapat menyadari apa yang dicitumnya yaitu bau yang dicitumnya. Masing–masing individu mempunyai sensitivitas yang berbeda–beda mengenai penciuman bau itu.

Untuk mengetahui ini pada umumnya orang menggunakan tes khusus untuk bau. Sering hidung itu telah membiasakan diri terhadap sesuatu bau. Misalnya dalam laboraturium, di tempat pembuangan sampah, mereka mencium bau yang tidak enak, tetapi lama kelamaan setelah orang agak lama ditempat itu, bau yang mula–mula tidak enak itu telah tidak terasa lagi oleh hidungnya, dalam hal ini orang tersebut telah menjadi adaptasi. Yang keempat, persepsi melalui indera pencecap. Indera pencecap terdapat di lidah. Stimulusnya merupakan benda cair. Zat cair itu mengenai ujung sel penerima yang terdapat pada lidah, yang kemudian dilangsungkan oleh syaraf sensoris ke otak, hingga akhirnya orang dapat menyadari atau mempersepsi

tentang apa yang dicecap itu. Mengenai rasa ini ada 4 macam rasa pokok yaitu rasa :pahit, manis, asin, asam. Masing–masing rasa ini mempunyai daerah penerima rasa sendiri–sendiri pada lidah. Sedang rasa–rasa lain merupakan campuran dari rasa–rasa pokok ini.

Yang kelima, Persepsi Melalui Indera Kulit. Indera ini dapat merasakan rasa sakit, rabaan, tekanan, dan temperatur. Tetapi tidak semua bagian kulit dapat menerima rasa–rasa ini. Pada bagian–bagian tertentu saja yang dapat untuk menerima stimulus–stimulus tertentu. Rasa–rasa tersebut di atas merupakan rasa–rasa kulit yang primer, sedangkan di samping itu masih terdapat variasi yang bermacam–macam. Dalam hal tekanan atau rabaan, stimulusnya langsung mengenai bagian kulit bagian rabaan atau tekanan. Stimulus ini akan menimbulkan kesadaran akan lunak, keras, halus, kasar. Stimulus yang dapat menimbulkan rasa sakit dapat bersifat kimia maupun electrical dan sebagainya yang pada pokoknya stimulus itu cukup kuat menimbulkan kerusakan pada kulit, dan hal ini menimbulkan rasa sakit.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

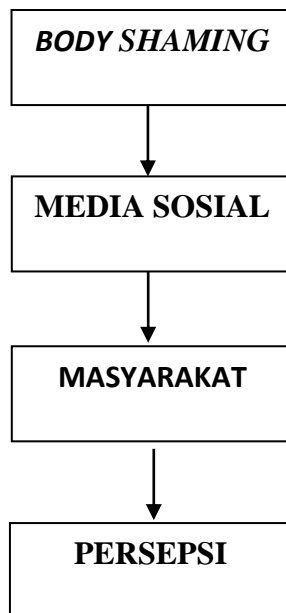
Penelitian deskriptif (*descriptive research*), disebut juga dengan penelitian taksonomik (*taksonomic research*). Metode deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah unit yang diteliti. Metode deskriptif menurut Nawawi (2003:63) dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.(Ardial, 2014:262).

Jenis penelitian ini, menurut Faisal, (2003:20), tidak sampai mempersoalkan jalinan hubungan antarvariabel yang ada. Tidak pula dimaksudkan untuk menarik generasi yang menjelaskan variabel-variabel anteseden yang menyebabkan suatu gejala atau kenyataan sosial. Karenanya, pada suatu penelitian deskriptif, tidak menggunakan dan tidak melakukan hipotesis (seperti yang dilakukan dalam eksplanasi); yang mana tidak dimaksudkan untuk membangun dan mengembangkan perbendaharaan teori. Dalam pengolahan dan analisis data, lazimnya menggunakan pengolahan statistik yang bersifat deskriptif (*statistic deskriptif*). (Ardial, 2014:262).

Usaha mendeskripsikan fakta-fakta pada tahap permulaan tertuju pada usaha mengemukakan gejala-gejala secara lengkap di dalam aspek yang diselidiki, agar jelas keadaan atau kondisinya. Oleh karena itu, pada tahap ini metode deskriptif tidak lebih daripada penelitian yang bersifat menemukan fakta-fakta seadanya (*fact finding*). Penemuan gejala-gejala itu berarti tidak sekedar menunjukkan distribusinya, tetapi termasuk usaha mengemukakan hubungan satu dengan yang lain di dalam aspek-aspek yang diselidiki.(Ardial, 2014:262).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berpikir yang dijadikan momentum dalam perspektif penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

1. Persepsi

Adalah suatu pandangan, tanggapan atas sebuah peristiwa atau fenomena yang terjadi disekitar kita. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera.

2. Masyarakat

Masyarakat adalah hubungan satu orang/sekelompok orang-orang yang hidup secara mengelompok maupun individu dan berinteraksi satu sama lain saling pengaruh dan mempengaruhi menimbulkan perubahan sosial dalam kehidupan sehari-hari.

3. *Body Shaming*

Suatu perbuatan atau perlakuan yang mencela, mengkritik, atau mengomentari bentuk tubuh atau fisik, warna kulit, dan hal yang berhubungan dengan fisik lainnya. *Body shaming* tanpa disadari sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari baik itu di dunia nyata maupun dunia media sosial.

4. Media Sosial

Sebuah platform atau media baru yang banyak digunakan masyarakat pada era milenials sekarang seperti Instagram, facebook, twitter, path, dan sejumlah media

sosial lainnya yang selalu digunakan atau diakses orang-orang atau masyarakat dari berbagai kalangan.

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas fikiran, situasi dan kriteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut:

Tabel 3.1
Kategorisasi Penelitian

KONSEP TEORITIS	KONSEP OPERASIONAL
Persepsi Masyarakat Tentang <i>Body Shaming</i> di Media Sosial	A. Komponen Kognitif <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Pemahaman 3. Perhatian B. Komponen Afektif <ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap Suka 2. Sikap Setuju C. Komponen Konatif <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendukung 2. Tidak Mendukung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data tersebut dengan cara sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Adapun yang menjadi langkah penelitian ini ialah dengan menggunakan wawancara, yaitu mengajukan beberapa pertanyaan terhadap narasumber atau responden yang berkaitan dengan penelitian.

3.5.2 Data Sekunder

Merupakan hasil pengumpulan data yang diteliti dan dipelajari sebagai literatur, buku-buku, dokumen-dokumen, maupun catatan tertulis yang relevan dengan masalah yang diteliti. Adapun cara dalam pengumpulan data yaitu :

a) Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengetahui serta mendapatkan informasi. Dengan adanya pengamatan (observasi) peneliti dapat memperoleh gambaran langsung yang terjadi dilapangan. Berdasarkan topic penelitian, observasi yang akan dilakukan peneliti adalah pengamatan langsung mengenai persepsi yang menyangkut gambaran persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media

sosial, sebagai pengguna aktif media sosial dan dilakukan di Kabupaten Asahan Kecamatan Kisaran Timur, Kelurahan Kedai Ledang LK.VI.

b) Wawancara

Wawancara adalah sesi percakapan mendalam terhadap narasumber/responden yang dilakukan dengan cara tanya jawab. Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mendapatkan tujuan yang dapat menjelaskan masalah penelitian, sehingga mendapatkan data informatik dan orientik.

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau perannya dengan tepat. Peneliti menggunakan metode ini sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi penelitian, terutama yang berkaitan dengan persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media sosial.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk pembuktian kebenaran setiap aktivitas penelitian. Dimana pada saat peneliti melakukan proses penelitian maka peneliti mendokumentasikan setiap kegiatan yang peneliti lakukan bersama narasumber/responden.

d) Kepustakaan

Kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topic atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis,

disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lainnya dimana peneliti akan mencari kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian yang berhubungan dengan "Persepsi Masyarakat Tentang *Body Shaming* di Media Sosial".

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti memilih Kabupaten Asahan Kota Kisaran tepatnya di Kecamatan Kisaran Timur Kelurahan Kedai Ledang Lk.VI dimulai dari bulan September 2019 sampai dengan selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Data Responden

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan delapan responden secara langsung tentang Persepsi Masyarakat Tentang *Body Shaming* di Media Sosial dan sehubungan dengan mereka yang aktif di beberapa media sosial yang dimiliki oleh responden maka peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mereka yang aktif di media sosial seperti instagram dan facebook.

4.1.2 Analisis Data Persepsi Masyarakat Tentang *Body Shaming*

Maraknya *body shaming* di media sosial sebenarnya tanpa disadari sangat erat kaitannya dengan dunia nyata. Dari aksi ejekan atau komentar buruk yang mengenai fisik di media sosial mengakibatkan dampak buruk bagi si penerima. Dari mulai melakukan diet ketat, yang berujung menyiksa diri, melakukan operasi plastik, hingga memutuskan untuk bunuh diri. Berangkat dari fenomena-fenomena yang banyak masyarakat sadari dan masih menganggap hal-hal seperti ini biasa saja tetapi berbahaya peneliti ingin mengetahui seberapa jauh ketahuan masyarakat tentang *body shaming* di media sosial yang mereka miliki.

Penulis melakukan wawancara pertama kepada narasumber/responden pertama Wida Arifiani (26) sebagai pengguna aktif media sosial instagram dan facebook. Responden memaparkan bahwa setiap harinya tidak absen menggunakan kedua jejaring sosial tersebut. “Tahu akan adanya *body shaming*”. Dari penuturan responden, responden mengetahui apa itu *body shaming* dan artinya. Responden juga pernah melihat beberapa kolom komentar yang bersifat semacam *body shaming* seperti menghina warna kulit, bentuk tubuh, dan komentar-komentar lainnya yang mengarah ke fisik. Responden juga memaparkan bahwa *body shaming* sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari tanpa disadari. Walau terjadi di media sosial, *body shaming* sendiri sebenarnya sudah dilakukan setiap hari, dan bisa dilakukan kepada siapa saja termasuk orang-orang terdekat disekitar seperti contoh teman baik dan orangtua sekalipun.

Responden memaparkan bahwa hal ini termasuk berbahaya untuk *mental health*. Karena belum tentu semua orang memiliki mental baja saat menerima perlakuan seperti ini. Bunuh diri adalah hal terparah yang akan dilakukan karena tergerusnya rasa percaya diri dan tidak mencintai diri sendiri akibat terus-terusan mendapat perlakuan ini. Bahkan responden mengungkapkan tanpa disadari responden juga sering mendapatkan perlakuan ini di dunia nyata dan pernah juga di media sosial walau tidak sering dan dilakukan oleh orang-orang terdekatnya seperti teman dekat yang menjadi temannya juga di media sosial instagram.

Dari komentar buruk yang didapat, responden sempat merasa dan meyakini bentuk tubuhnya yang terlalu kurus sangat buruk dan menjadi beban. Tetapi pada

akhirnya responden menyadari hal itu malah membuat responden menjadi tidak bersyukur dan tidak mencintai diri sendiri. Dan responden memaparkan menjadi korban hanya ada dua pilihan, yang pertama adalah menerima dan menelan komentar buruk itu beserta dampak yang dimilikinya dan yang kedua adalah berani menyatakan bahwa walau memang benar seperti itu keadaan fisik kita tetapi bukan malah jatuh dan bersedih akan hal itu, kita semakin kuat dan mencintai apa yang ada pada diri kita.

Responden lain Nurul Annazmi (19) pengguna aktif media sosial instagram memaparkan bahwa kegiatan bermedia sosial yang dia lakukan juga tidak terlepas dari melihat hal-hal *body shaming*, kemajuan teknologi yang memudahkan akses berkomentar menurutnya seperti disalahgunakan oleh orang-orang. Responden mengatakan pernah melihat komentar-komentar jahat tersebut di akun-akun beberapa selebritas yang diikutinya, seperti penyanyi Raisa Andriana yang dikatakan tidak lagi memiliki bentuk tubuh bagus sehabis melahirkan, dan menurut responden hal itu tidak penting untuk dikatakan sebab jika penerima pesan membaca dan memikirkannya otomatis akan merasa sedih dan kepikiran dengan bentuk tubuhnya. Responden juga mengatakan sering melihat teman sepermainannya melakukan hal yang sama dengan temannya yang lain. Bahkan responden pun ikut menjadi objek untuk *body shaming* oleh temannya tersebut, dan perasaannya pada saat menerima komentar buruk tersebut ternyata sangat buruk. Menerima perkataan memiliki kulit wajah yang hitam oleh teman responden, membuat responden menjadi orang yang mulai merawat kulit wajahnya untuk terlihat cerah dan bagus. Menurut responden dampak yang

dirasakannya masih positif, karena mau merawat diri dan membuatnya menjadi lebih baik lagi, dan jika itu terjadi pada orang lain belum tentu hal yang sama terjadi sebab kekuatan mental setiap orang berbeda-beda, persepsi orang pun berbeda-beda dalam menerima suatu hal yang terjadi.

Ovita Sari(20) responden ketiga peneliti juga memaparkan *body shaming* banyak dilakukan di media sosial instagram. Menurutnya banyak sekali orang-orang melakukan komentar buruk satu sama lainnya, walau responden belum pernah menerima hal tersebut di media sosial responden berempati kepada mereka yang terkena. Responden mengatakan bukan tidak mungkin hal tersebut membuat seseorang *down* dan bersedih. Dari pemaparan responden tentang mereka yang melakukan *body shaming*, responden menyarankan untuk tidak lagi melakukannya dan berhenti melakukan hal-hal bodoh semacam itu, baik di media sosial dan dunia nyata. Media sosial yang menurutnya bisa diakses oleh banyak orang dan dari berbagai kalangan dan bisa dilihat semua orang. Responden juga mengatakan walau *body shaming* ini masih berangkat dari hal sederhana dan awal niat pelaku melakukan mungkin hanya sekedar bercanda tetapi dampaknya lebih dari bercanda. Menurut responden *body shaming* bila dilakukan baik terhadap sesama teman bahkan teman dekat sekalipun bukanlah hal yang bagus untuk terus dilakukan, karena sama saja membuat hal itu semakin tumbuh dan berkembang dalam lingkungan pertemanan, karena menurut responden masih banyak hal-hal lain kalau hanya untuk bercanda dan tertawa bersama, bukan mengolok-olok bentuk tubuh seseorang untuk dijadikan bahan tertawaan.

Responden ke empat peneliti Rahma Yuni (20) sebagai pengguna aktif media sosial instagram dan facebook memaparkan bahwasannya fenomena tersebut sering terjadi dan terlihat olehnya, namun baginya masih dalam ranah biasa-biasa saja, tetapi ketika peneliti mengatakan hal tersebut jika terjadi kepada responden, responden berubah pikiran dengan sederet dampak buruk yang dihasilkan oleh *body shaming* sendiri. Menurut responden jika mendapatkan hal buruk seperti komentar-komentar mengenai tubuh seperti itu hak pertama pastilah rasa sedih yang didapat. Sebab tidak akan pernah ada orang yang menginginkan hal tersebut. Responden juga mengatakan bila dia mendapat hal tersebut, dia tidak akan membiarkan hal sedih begitu lama menyelimuti perasaannya, karena masih banyak hal baik yang bisa dilakukan selain rasa sedih. Responden memilih hal tersebut berlalu dan memutuskan untuk mencinta apa-apa saja yang ada pada dirinya, tanpa harus merasa kurang. Karena jatuhnya jadi tidak bersyukur dengan apa yang diberikan Tuhan kepada hambaNya sebagai makhluk ciptaan yang katanya paling sempurna hidup di muka bumi.

Netty Simanjuntak (30) adalah responden peneliti yang aktif di media sosial facebook, responden mengatakan hal-hal yang berhubungan dengan komentar tubuh dikategorikan buruk walau hanya sebagai candaan. Dilingkungan hubungan mana pun tidak dibenarkan melakukan hubungan ini, sebab dapat merusak rasa percaya diri dan menarik diri jauh dari pergaulan karena merasa tidak sempurna, apalagi di media sosial yang semua orang bisa akses. Responden mengatakan perlunya bijak dalam bermedia sosial, bukan berarti teman dekat di dunia nyata terus bisa saja seenaknya

bercanda dikolom komentar kita dengan menyangkut-pautkan bentuk tubuh kita. Sebenarnya ungkap responden, pertemanan seperti itu adalah pertemanan yang tidak sehat. Jadi responden menyatakan untuk tidak ikut dalam andil melakukan *body shaming* dan arena kita hidup dengan nilai dan norma yang baik, responden juga menyayangkan hal-hal yang merusak nilai dan norma baik itu karena melakukan hal-hal tidak baik semacam *body shaming*. Responden turut prihatin kepada mereka yang pernah terkena hal tersebut dan berempati akan hal itu. Sebab tidak semua bisa menerima hal tersebut dan mengubah hal-hal tersebut ke arah yang positif. Jika sudah merasa sedih dan tidak kuat mental untuk menerima pernyataan tersebut pasti merasa tidak cukup kuat dan hilang rasa percaya diri. Responden juga menyarankan kepada mereka yang pernah terkena untuk tidak mendengarkan mereka yang sudah melakukan perkataan tersebut dengan hal-hal yang negatif. Memaapkan adalah hal yang terbaik, karena dengan memaapkan hati akan lebih mudah menerima, juga jangan membalas hal sama kepada mereka yang melakukan karena tidak akan ada perbedaannya kita dengan mereka yang melakukan.

Ade Masdayani (25) pengguna aktif media sosial instagram dan facebook memamparkan bahwa responden mengetahui *body shaming* banyak sekali dilakukan di media sosial. Menjadi pengguna aktif membuka media sosial setiap harinya membuat responden semakin banyak melihat hal-hal yang berhubungan dengan orang-orang yang berkomentar buruk mengenai fisik. Menurut responden meski berbahaya tetapi masih banyak orang-orang yang mungkin tanpa sadar melakukan aksinya tersebut. Banyak juga yang responden lihat melakukan *body shaming* bukan

dengan akun milik mereka atau dengan media sosial asli mereka, melainkan dengan akun palsu. Responden sangat menyayangkan hal yang terjadi dengan itu, karena menurut responden mengomentari hal-hal tersebut sama saja salah dan buruk. Mengingat hal ini berhubungan dengan kesehatan mental responden menyarankan kepada mereka yang terkena untuk jangan memikirkan apa-apa saja yang mereka dapatkan dari komentar tersebut. Karena hal-hal tersebut akan merugikan diri sendiri. Responden juga menyarankan untuk lebih mencintai diri kita dengan segala hal yang kita miliki dengan kata lain jadikan hal-hal buruk tersebut sebagai acuan untuk maju dan membuktikan kepada mereka bahwa kita mampu menjadi orang-orang yang lebih baik lagi dan apa yang mereka katakana adalah salah dan sama sekali tidak membuat kita mundur.

Yovie Zulwana (37) pengguna aktif media sosial instagram dan facebook melihat fenomena ini dari segi kejiwaan sangat-sangat tidak disarankan untuk dilakukan. Menurut responden, hal-hal yang berhubungan dengan fisik jangan pernah sekali-sekali dijadikan bahan bercandaan. Fisik merupakan hal yang dimiliki oleh semua manusia yang merupakan anugerah dari Yang Maha Kuasa, jadi tidak seharusnya diikutsertakan untuk bahan bercandaan. Menurut responden mungkin awal-awal si komentator yang memberikan komentar iseng dan menganggap tidak akan jadi masalah padanya, namun si komentator atau yang bisa dijadikan pelaku ini tidak sadar bahwa menyebabkan masalahnya bukan kepada dia, namun terhadap orang yang dia komentari bentuk tubuhnya, dan fatalnya lagi hal itu bisa disaksikan oleh

semua orang. Bukan tidak mungkin orang-orang yang mendapatkan komentar itu menjadi kepikiran dan hilang percaya diri.

Responden mengatakan sebagai manusia yang hidup dalam nilai dan norma maka sudah sepantasnya kita tidak melakukan hal-hal buruk yang dapat merugikan orang-orang kebanyakan, dan sebelum melakukan hal tersebut mencoba untuk memposisikan bagaimana jika kita yang menjadi korban dari hal tersebut, apakah kita akan siap dengan segala hal yang diterima dahn menghadapinya.

Responden terakhir Ida Royani (39) memaparkan bahwa mereka mengetahui adanya *body shaming* dan beberapa hal berbahaya yang dapat ditimbulkan seperti contohnya tidak percaya diri sampai mengakhiri hidup sendiri atau bunuh diri. Responden mengatakan bahwasannya ada banyak orang-orang yang melakukan ini tanpa tahu sebab akibatnya, atau mungkin sudah tau tapi tidak mempermasalahakan sehingga tetap dilakukakan. Terlebih mungkin dikarenakan si penerima perlakuan tersebut tidak melakukan perlawanan atas apa yang menimpamnya. Menurut responden hal-hal seperti ini harus dilawan karena tidak etis untuk bagian tubuh seseorang menajadi bahan komentaran dan bahan ejekan.

Sebagai manusia yang memiliki nilai dan norma hal ini juga sudah melanggar, karena bukannya sesama manusia harus hidup saling harga menghargai. Dengan adanya media sosial juga seharusnya dijadikan wadah yang baik untuk berkomunikasi, bukan untuk melakukan hal buruk seperti melakukan *body shaming* tersebut.

Responden menyarankan untuk mereka yang pernah terkena atau sedang terkena, berhenti memikirkan hal-hal buruk seperti itu memang sulit, apalagi bagi orang-orang yang memiliki pemikiran berlebih terhadap sesuatu hal atau biasa dikenal dengan *over thinking*, tetapi tetap semangat dan harus menjadi pribadi yang maju dan bukan menjadikan cacian atau ejekan sebagai hal yang membuat diri menjadi mundur.

Kepada mereka yang pernah menjadi pelaku *body shaming* atau memiliki niat untuk melakukan baik di media sosial dan dunia nyata, diharapkan untuk berhenti dari kelakuan yang bisa dikatakan bodoh, sebab tidak ada untungnya untuk diri sendiri. Tidak mendapatkan hal-hal baik apapun dalam melakukan aksi tersebut. Walau hanya sesama teman pun sebisa mungkin untuk tidak melakukannya, karena masih banyak hal yang bermanfaat untuk dibahas bersama apalagi hanya untuk bercanda, tidak harus mengarah kepada fisik seseorang. Karena fisik kita juga tidak bisa dikategorikan sempurna. Menurut responden jika ada gerakan-gerakan seperti penolakan “anti *body shaming*” di Indonesia sangat bagus untuk mengedukasi orang-orang dari berbagai pihak dan kalangan mana pun. Selain bisa memperkenalkan lebih dalam *body shaming* itu apa juga tahu apa-apa saja yang diakibatkan dari *body shaming* itu.

4.2 Pembahasan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan lewat wawancara mendalam kepada delapa orang masyarakat peneliti membagi beberapa hal sebagai pembahasan yang ada seperti

1. Pengetahuan masyarakat tentang *body shaming*

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan masyarakat sudah banyak tahu apa itu *body shaming* beserta pengaruhnya. Masyarakat menyadari fenomena *body shaming* sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Bukan hanya di media sosial saja, banyak orang yang melakukannya juga di dunia nyata. Dan banyak juga yang melakukan hanya karena beralasan iseng dan bercanda tanpa benar-benar tahu apa dampak yang disebabkan dari *body shaming* itu sendiri.

2. Persepsi Masyarakat Terhadap *Body Shaming*

Masyarakat berpersepsi bahwasannya *body shaming* ini adalah hal yang salah dan tidak seharusnya dilakukan, karena pada dasarnya bentuk tubuh orang berbeda-beda dan memiliki kelebihan dan kekurangan yang sama jadi bukan seharusnya menjadi bahan untuk dijadikan ejekan atau komentar. Semua dari responden yang peneliti tanyakan memaparkan dan merasakan hal ini sebagai hal yang serius untuk kesehatan mental seseorang dan mendukung penuh dengan mereka yang menjadi korban.

Bagi pelaku dari semua responden juga menyarankan untuk tidak lagi melakukan hal tersebut, karena tidak akan menguntungkan sedikit pun. Terlebih jika ada niatan untuk melakukannya diharapkan untuk lebih mawas diri dalam bertindak. Sebab apa-apa saja yang kita lakukan pasti memiliki dampak sekalipun baik dan buruk.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat tentang *body shaming* di media sosial, peneliti dapat mengambil kesimpulan :

1. Hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwasannya masyarakat mengetahui akan adanya *body shaming* serta dampak positif dan negatifnya.
2. Karena ini merupakan fenomena sosial yang baru-baru saja maraknya dan banyak korbannya berasal dari kaum wanita, jadi peneliti memutuskan untuk mengambil responden yang juga wanita demi dapatnya rasa dan nyawa dalam penelitian yang peneliti lakukan. Dan penelitian ini membuktikan memang benar adanya wanita yang paling peka dengan fenomena ini, karena akibat dari fenomena ini orang-orang menjadi punya standart kecantikan. Padahal untuk masalah fisik tidak ada patokannya, tetapi dengan adanya fenomena ini, semua orang berlomba-lomba memastikan terlihat sempurna di media sosial yang mereka miliki.
3. Penelitian ini membuktikan bahwasannya setiap orang pernah merasa *insecure* dengan bentuk tubuh mereka, tetapi ketika mendapatkan olokan

atau ejekan berbeda-beda dampak yang bisa ditimbulkan, bisa positif bisa negatif Tergantung dari masing-masing yang menerima seperti apa.

5.2 Saran

Ada beberapa saran dari penulis setelah melakukan penelitian ini, yaitu

1. Jangan pernah menghina fisik seseorang terlebih di media sosial, karena banyak mata yang bisa menyaksikan apa yang kita lakukan.
2. Bijaklah dalam menggunakan media sosial, jangan jadikan media sosial sebagai tempat yang tidak baik dengan menghina-hina fisik orang lain, karena masih banyak hal lain yang bisa dilakukan di media sosial seperti bertukar informasi dan menambah pertemanan.
3. Jadilah manusia yang mencintai diri sendiri dan mensyukuri setiap hal yang sudah Tuhan berikan kepada kita, jangan pernah merasa kurang dengan fisik yang kita miliki sebab Tuhan maha adil dalam memberikan apapun kepada setiap hambaNya.
4. Lebih mawas diri dalam melakukan hal apapun, tanpa disadari mungkin tidak ada niat melakukan *body shaming* tetapi malah terjadi karena dengan anggapan hanya bercanda tanpa tahu apa dampak yang akan ditimbulkan untuk korban *body shaming*.
5. Bertemanlah dengan mereka yang berpikiran positif, dan jauhi mereka atau pergaulan dan pertemanan yang negatif. Sebab lingkungan serta pergaulan sedikit banyaknya mempengaruhi apa-apa saja yang kita lakukan dan juga ikut berperan andil dalam kepribadian kita.

6. Karena sudah adanya UU yang mengatur tentang *body shaming* sudah sepatutnya kita sebagai masyarakat yang taat akan hukum mematuhi dan memahami isi UU yang sudah dikeluarkan oleh pemerintah, agar tidak ada lagi kasus yang serupa terjadi.
7. Ada baiknya Majelis Ulama Indonesi (MUI) juga ikut andil dalam memperkuat pasal yang sudah dikeluarkan pemerintah demi tidak adanya lagi yang melakukan *body shaming* di media sosial, sebab dalam agama pun hal-hal seperti mencela tubuh orang lain dilarang dan tidak dibenarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, 2014. *Paradigma Dan Model Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hartono,et. 2001. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jalaludin, Rahmad. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya
- Sihabudin, Ahmad. 2011. *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Murtiadi,et. 2015. *Psikologi Komunikasi*.Yogyakarta: Psikosain
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nawawi, Hadari. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Panju, Redi. 2018. *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Rustan, Ahmad Sultra dan Nurhakiki Hakiki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*.Yogyakarta: Dee Publish
- Saverin, et. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP
- Walgito, Bimo. 2015. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Widjaja A,W. 1988. *Ilmu Komunikasi Pengantar Ilmu*. Jakarta: PT Bina Aksara

Internet

<https://hellosehat.com/hidup-sehat/psikologi/ciri-body-shaming-adalah>

<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat.html>

<https://pakarkomunikasi.com/peranan-media-sosial-dalam-masyarakat>

DOKUMENTASI



Wawancara bersama narasumber/responden Wida Arifiani.



Wawancara bersama narasumber/responden Nurul Annazmi



Wawancara bersama narasumber/responden Ovita Sari.



Wawancara bersama narasumber/responden Rahma Yuni



Wawancara bersama narasumber/responden Netty Simanjuntak.



Wawancara bersama narasumber/responden Ade Masdayani.



Wawancara bersama narasumber/responden Ida Royani.



Wawancara bersama narasumber/responden Yovie Zulwana.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

MURHASANAH NASUTIONI S.Sos.,M.I.Kom Medan, 19 Desember 2018.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

- Nama lengkap : FITRIA ANJELITA SIRAIT
- N P M : 1503110180
- Jurusan : ILMU KOMUNIKASI - JURNALISTIK
- Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,66

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Tanda Tangan
1	Perspektif Masyarakat Tentang Body Shaming di Media Sosial	<i>[Signature]</i> 20-12-2018
2	Pesan Moral Tentang Nepotisme Dalam Buku Catatan Najwa	
3	Analisis Bahasa Jurnalistik Pada Kasus Bencana Alam di Sumatera Utara Dalam Surat Kabar Hartan Waspada	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 20 Desember 2018.

Ketua,
A.N

 AKHYAR ANSHORI S.Sos., M.I.Kom

Pemohon,

 (FITRIA ANJELITA SIRAIT)
 PB: RIBUT PR1A01



Tagline: *Unggul, Cerdas & Terpercaya*
Silahkan mengutip surat ini agar disebutkan sumber dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 11.146/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **20 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa	: FITRIA ANJELITA SIRAIT
N P M	: 1503110180
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun 2018/2019
Judul Skripsi	: PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BODY SHAMING DI MEDIA SOSIAL
Pembimbing	: RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 20 Desember 2019

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 12 Rabiul Akhir 1440 H
20 Desember 2018 M

Dekan 

Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 17 Januari 2019

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : FITRIA ANJELITA SIRAT
NPM : 1503110180
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 11.146/SK/II.3/UMSU-03/F/2018. tanggal 20 Desember 2018 dengan judul sebagai berikut :

PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BODY SHAMING DI MEDIA SOSIAL

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui:
Pembimbing

(RIBUT PRADI S.Soc.MIKom)

Pemohon,

(FITRIA ANJELITA SIRAT)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 041/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 19 Januari 2019
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Ruang Lab FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPS
6	HABIB ANSHORY ASRY	1503110093	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	PENERAPAN <i>BUSINESS MODEL GENERATION</i> UNTUK KEPERLUAN KREASI DOKUMENTER (STUDI KASUS PROGRAM POTRET DAAI TV MEDAN)
7	NINDY PRATIWI	1503110227	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	TEKNIK MEMOTRET ALAM BEBAS UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK TRAVELLING
8	NUR INDAH	1503110109	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	Dr. LEYLIA KHAIRANI.	EKSISTENSI PAK PONG DALAM DINAMIKA BUDAYA MASYARAKAT KOTA MEDAN
9	ANGGUN RAHAYU	1503110154	JUNAIDI., S.Pd., M.Si.	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PEMANDIAN AIR SODA PARBUBU DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI PARIWISATA DI KABUPATEN TAPANULI UTARA
10	FITRIA ANJELITA SIRAIT	1503110180	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG <i>BODY SHAMING</i> DI MEDIA SOSIAL

Medan, 11 Jumadil Awwal 1440 H
17 Januari 2019 M


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos.,MSP.



Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Sk-5

Nama lengkap : FITRIA ANJELITA SIRAIT
NPM : 1503110180
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BODY SHAMING
DI MEDIA SOSIAL

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	2/01/2019	Bimbingan Proposal Bab 1, 2, 3	
2.	4/01/2019	Perbaikan proposal Bab 1, 2, 3	
3.	11/01/2019	ACC proposal Skripsi	
4.	13/02/2019	Bimbingan Skripsi	
5.	15/02/2019	Bimbingan Draft Wawancara	
6.	14/09/2019	ACC Draft Wawancara	
7.	21/09/2019	Perbaikan Skripsi Bab 3, 4	
8.	04/10/2019	ACC Skripsi	

Medan, 30 September 2019.

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

(Dr. ARIFIN SALEH S.Sos. M.S.P)

(NURHASANAH S.Sos M.I.Kpm)

(Dr. Rizki Pradi)

Nomor : 860/UND/II.3-AD/UMSU-031/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 09 Oktober 2019
Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
21	ADI SAPUTRA	1303110149	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI TATAP MUKA DALAM PEMASARAN PRODUK ASURANSI JIWA (STUDI KASUS PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE)
22	TEGUH REHANSYAH	1503110073	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	PERAN LAYOUTER SURAT KABAR HARIAN ORBIT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA CETAK DI KOTA MEDAN
23	YUNDA ANNISA	1503110002	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PROFESIONALISME WARTAWAN HARIAN WASPADA DALAM PELIPUTAN BERITA
24	FITRIA ANJELITA SIRAIT	1503110180	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Km.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BODY SHAMING DI MEDIA SOSIAL
25	MUTIA	1503110253	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS FOTO JURNALISTIK BERTEMA KONFLIK DALAM BUKU "MATA LENZA" KARYA ADEK BERRY

ditulis Sidang :

Medan, 08 Shaffar 1441 H
07 Oktober 2019 M

Ditetapkan oleh :
Rektor
Rektor I

Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

Daftar pertanyaan wawancara "Persepsi Masyarakat Tentang *Body Shaming* di
Media Sosial"

Oleh Fitria Anjelita Sirait (1503110180)

Konsentrasi Jurnalistik

Fitria Anjelita Sirait

14/9/2019

1. Apa yang anda ketahui tentang *body shaming*?
2. Pernahkah anda menjadi pelaku *body shaming*? Terkhususnya di media sosial?
3. Apakah menurut anda *body shaming* hal yang berbahaya?
4. Bagaimana jika anda atau keluarga terdekat dan yang menjadi korban dari *body shaming*?
5. Menurut anda hal yang wajar jika sesama teman dekat atau di dalam lingkup keluarga sekalipun melakukan *body shaming*?
6. Pernah tidak anda menyaksikan sendiri perlakuan *body shaming* di media sosial?
7. Bagaimana tanggapan anda dengan mereka yang melakukan *body shaming*?
8. Dari kemajuan teknologi yang kita dapat pada masa kini, semua orang berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik di media sosial, tidakkah menurut anda hal tersebut diakibatkan dari fenomena *body shaming*?
9. Sebagai manusia yang hidup dalam nilai dan norma, hal-hal apa saja yang harus dihindari agar tidak melakukan *body shaming*? Khususnya di media sosial
10. Apa saran anda untuk mereka yang pernah menjadi pelaku *body shaming*?
11. Apa masukan atau dukungan anda untuk mereka yang pernah terkena atau menjadi korban dari *body shaming*?
12. Bersediakah anda bila mengikuti gerakan-gerakan seperti penolakan "anti *body shaming*" diselenggarakan? Dan menjadi bagian aktif dari aktivitas tersebut?

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **FITRIA ANJELITA SIRAIT**

N P M : 1503110180

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Waktu : Pukul 08.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG., MAP** (.....)

PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos.M.I.KOM**

(.....)

PENGUJI III : **Dr.RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP

Sekretaris,

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN
KECAMATAN KOTA KISARAN TIMUR
KELURAHAN KEDAI LEDANG
Jalan Rambe Kisaran Kode Pos 21227
Kode Kelurahan 1004

Nomor : 470 / *Js.*
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian Mahasiswa

Kedai Ledang, 23 September 2019

Kepada Yth :

Bapak / Ibu / Sdra / I :

Di -

Tempat

Sehubungan dengan Surat Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 776 / KET / II.3 – AU / UMSU – 03 / F / 2019 Tanggal 20 September 2019, Dengan Ini Memberikan Izin Kepada :

Nama Mahasiswa : FITRIA ANJELITA SIRAIT
NPM : 1503110180
Program Study : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) / Tahun Akademik 2019 / 2020
Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BODY SHAMING DIMEDIA SOSIAL

Untuk Melakukan Penelitian / memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian kepada mahasiswa tersebut di Kelurahan Kedai Ledang Kecamatan Kota Kisaran Timur kabupaten Asahan.

Demikian Surat ini disampaikan akhirnya diucapkan terima kasih.

LURAH KEDAI LEDANG



Hj. Maharani Nasution

HJ. MAHARANI NASUTION, SE
PENATA
NIP. 19670828 200604 2 010

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Fitria Anjelita Sirait
Tempat/tgl lahir : Kisaran/ 15 Februari 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : 2(Satu) dari 2(dua) bersaudara
Alamat : JL. Kuini Kelurahan Kedai Ledang Kecamatan Kisaran
Timur Kabupaten Asahan, Kisaran.

Nama Orang Tua

Ayah : Rusli Sirait
Pekerjaan : Pensiunan Polri
Alamat : JL. Kuini Kelurahan Kedai Ledang Kecamatan Kisaran
Timur Kabupaten Asahan, Kisaran.
Ibu : Dahlia Sembiring
Alamat : JL. Kuini Kelurahan Kedai Ledang Kecamatan Kisaran
Timur Kabupaten Asahan, Kisaran.

Pendidikan Formal

2002-2008 : SD Muhammadiyah III Kisaran
2009-2011 : SMP Negeri 6 Kisaran
2011-2014 : SMA Negeri 2 Kisaran
2015-2019 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara