

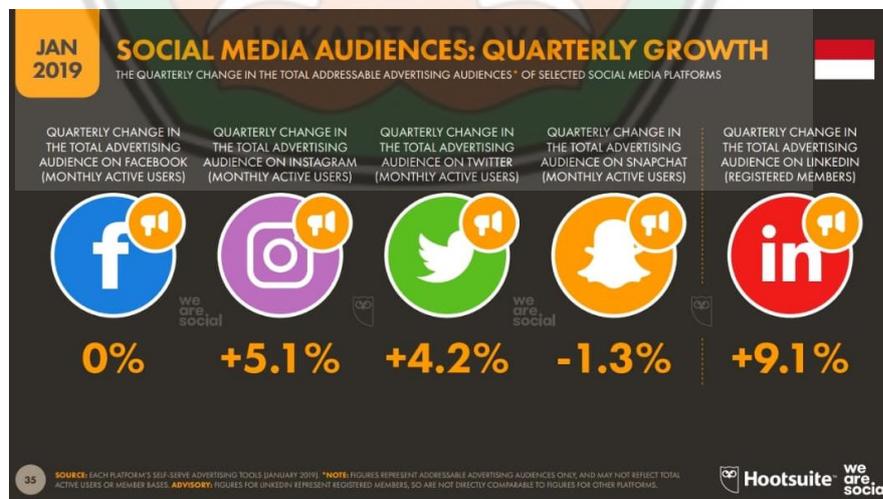
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan media sosial di ranah publik pada saat ini sangatlah berkembang pesat. Media sosial saat ini telah menjadi sarana untuk para penggunanya dapat saling berhubungan, berkomunikasi, berpartisipasi, dan menciptakan isi konten yang digunakannya tersebut. Media sosial menjadi sebuah fenomena media yang sulit ditandingi perkembangannya oleh media konvensional seperti media massa (Widjayanto, 2013 : 149). Pada perkembangannya, beberapa platform media sosial yang hadir di masyarakat saat ini diantaranya seperti Instagram, Facebook, Twitter, atau Tiktok menjadi media yang digunakan untuk mengunggah konten.

Berdasarkan data yang didapat dari We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2019, perkembangan media sosial di Indonesia naik 15% dari tahun 2018 lalu dengan jumlah total 150 juta pengguna. Dari persentase angka tersebut, pengguna Youtube masih mendominasi 88%, WhatsApp 83%, Facebook 81%, dan Instagram 80%.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Media Sosial di Indonesia 2019

(Sumber: We Are Social & Hootsuite)

Dari gambar data yang terlampir menjelaskan bahwa pertumbuhan pengguna media sosial terbanyak ditahun 2019 adalah media sosial Instagram yakni sebesar 5,1% jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa Instagram mempunyai peminat yang cukup tinggi oleh warganet dibandingkan dengan yang lainnya. Saat ini pengguna instagram semakin meningkat karena instagram mempunyai fitur yang sangat menarik dan merupakan situs jaringan sosial yang mempunyai aplikasi beragam, seperti *chatting*, unggah foto dan video melalui *snapgram*, *instastory*. Selain itu, pengguna juga dapat memilih untuk mengirimkan foto-foto kirimannya dengan menggunakan tanda tagar (#) atau hastag untuk menampilkan lebih spesifik unggahan foto-foto ketika dicari dalam pencarian aplikasi instagram.

Melalui adanya perkembangan media sosial Instagram yang cukup pesat di Indonesia, membuat popularitas mengenai *beauty pageant* atau yang lebih akrab di telinga masyarakat adalah ajang kontes kecantikan semakin menunjukkan eksistensinya. Definisi kontes kecantikan atau *beauty pageant* ini sendiri menurut Hermawan (2021), adalah kontes yang mempertunjukkan wanita-wanita cantik yang merupakan kontestan dari bermacam-macam negara dengan penampilan berjalannya di panggung. Ini berarti ajang kontes kecantikan merupakan perlombaan yang sasaran pesertanya kebanyakan gadis atau perempuan muda yang dinilai berdasarkan kecantikan mereka dan juga penilaian kriteria lainnya seperti kepahaman mengenai isu terkini ataupun kepekaan terhadap masalah sosial. Beberapa contoh ajang *beauty pageant* diantaranya adalah Miss Universe, Miss World, Miss International, dan Miss Grand International.

Meskipun penyelenggaraan ajang kontes kecantikan ini bukan hal yang baru di Indonesia, namun sampai saat ini ajang kontes kecantikan seringkali masih mendapatkan kontroversi dari masyarakat. Seperti yang ditulis Septyana (2016), salah satu ajang kontes kecantikan tertua di dunia yakni Miss World, sempat mendapatkan pro kontra dan penolakan di Indonesia. Penolakan ini dilatarbelakangi karena Indonesia dipilih sebagai tuan rumah Miss World 2013, namun para golongan masyarakat karena menganggap peristiwa tersebut sebagai ajang yang mengandung unsur pornografi. Selain itu, masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah muslim, menilai bahwa kontes kecantikan merupakan kegiatan yang

melecehkan serta mengeksploitasi perempuan yang terselubung melalui media (Hermansyah, 2011).

Ajang kontes kecantikan bertaraf nasional maupun internasional ini menyebar di berbagai media, salah satunya adalah media sosial instagram. Media ini merupakan wadah penggemar untuk saling bertukar informasi dan mendukung idola atau *beauty queens* mereka. Instagram sendiri merupakan situs jejaring sosial gratis kreasi dari Burbn, Inc yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial termasuk instagram sendiri. Saat ini Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi video pendek (Putri, 2015 : 75). Maka dari itu, para individu yang menyukai serta meminati kontes kecantikan akan semakin mudah dalam mengakses pemberitaan dan dokumentasi yang berkaitan dengan dunia pageant.

Instagram pada dasarnya digunakan oleh beberapa pengguna sebagai media jejaring sosial untuk berbagi konten foto maupun video. Namun, penggunaan Instagram ternyata juga dapat dimanfaatkan untuk menggali interaksi antar pengguna media sosial lainnya dalam suatu komunitas (Alyusi. 2016). Seperti halnya ajang kontes kecantikan, dimana para penggemarnya tersebut berkumpul melalui sebuah komunitas online di media instagram. Hingga akhirnya munculah sebutan "*Pageant Lovers*" yang menjadi label bagi seseorang atau penggemar yang menaruh minat terhadap segala sesuatu yang berkaitan mengenai pageant. Dalam hal ini, menurut Nasrullah (2017), penggemar dapat diartikan sebagai masyarakat atau seseorang yang menggunakan serta mengonsumsi produk media yang terdapat publik figur di dalamnya.

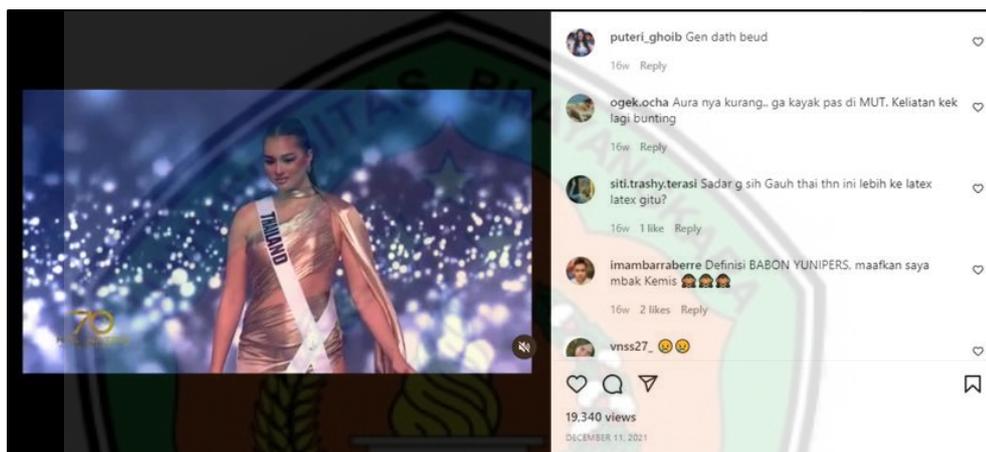
Kontes kecantikan pada dasarnya memiliki visi dan misi yang beragam, mulai dari yang mengangkat isu lingkungan, kemanusiaan, perdamaian, atau pariwisata. Begitupun mengenai kriteria peserta ajang itu sendiri. Lovegrove (2002), dalam bukunya ia menuliskan, seorang pelaku pageant haruslah menjadi pribadi yang tulus dalam bertutur kata dan bertindak, cerdas serta menginspirasi sehingga dapat memenangkan hati masyarakat atau penonton. Namun yang menjadi hal utama dari kebanyakan penggemar yakni menilai para peserta kontes tersebut melalui paras

fisiknya. Pernyataan ini didukung pada studi terdahulu yang menyebutkan, meski maraknya kontes kecantikan mengemborkan kecerdasan intelegensi, kenyataannya penampilan yang tertangkap oleh mata memang menjadi the first sight yang akan sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kecantikan seorang perempuan. Seperti contoh dari rata-rata persyaratan kontes kecantikan yang menyebutkan para perempuan dengan tinggi di atas 165 cm, bahkan di atas 170 cm, lengkap dengan berat badan kisaran 50-an kg dengan standar kecantikan wajah yang telah dipoles dengan *make up* menjadi pesona pertama yang kemudian dinilai dalam sebuah kontes kecantikan (Pratiwi, 2018). Sayangnya, jika seseorang tersebut tidak memenuhi ekspektasi para penggemarnya, maka tak bisa dipungkiri akan banyak tekanan bahkan tindak perundungan atau *bullying* dari penggemarnya. Ini relevan dengan apa yang diteliti oleh Dewanggi & Rachmaria (2015) pada kasus selebriti Dian Nitami, Audi Item, dan Putri Titian. Mereka sebagai publik figur dituntut untuk memiliki penampilan yang sempurna namun mereka mendapatkan perundungan di media sosial karena memiliki tubuh yang “gendut”.

Perundungan sendiri dapat diartikan sebagai perilaku yang dilakukan untuk mengintimidasi seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung yang berdampak pada fisik maupun psikologisnya (Kurnia, 2016). Dalam penelitian ini, perundungan terjadi dengan dimediasi oleh internet khususnya instagram. Perundungan yang terjadi di dunia maya ini acapkali disebut dengan perundungan siber atau *cyberbullying*. *Cyberbullying* atau perundungan siber sendiri merupakan peristiwa dimana seseorang diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan oleh orang lain melalui media internet maupun teknologi digital (Nasrullah, 2016). Beberapa contoh perilaku perundungan siber ini sendiri adalah menuliskan kata-kata yang menyakitkan pada kolom komentar media sosial, meniru dan mengatasnamakan nama orang lain dengan mengirim pesan jahat kepada orang lain, ataupun menghasut orang lain untuk merundungkan seseorang (unicef.org, 2020).

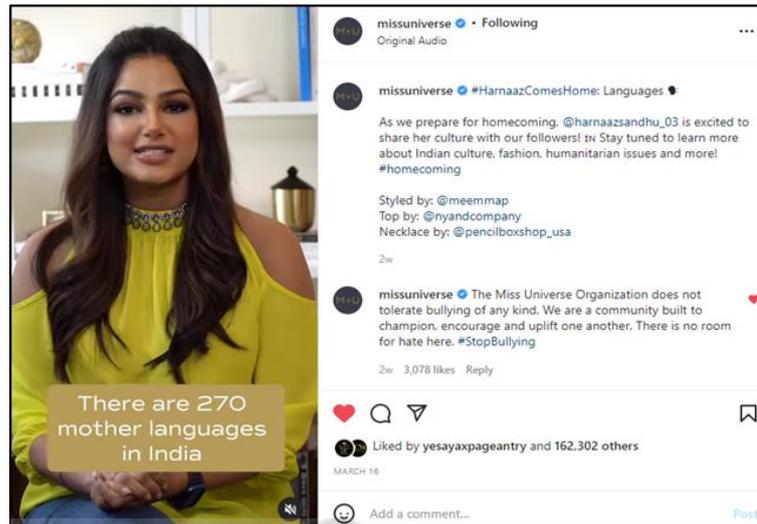
Hadirnya media sosial Instagram ini pada dasarnya memberi kesempatan untuk para penggemar bebas dalam mengeluarkan argumen serta pendapatnya, namun kebebasan ini harusnya tidak melanggar batasan dan menyinggung pihak lainnya. Seperti contoh pada perhelatan Miss Universe 2021 lalu, seorang

perwakilan dari Thailand bernama Ann Anchilee Scott-Kemmis banyak mendapat *bullying* dari beberapa penggemar ajang kontes kecantikan. Meskipun dalam sesi pertanyaan final Miss Universe Thailand 2021 jawabannya sangat memukau, ia dikritik karena dinilai terlalu kelebihan berat badan pada saat berkompetisi di ajang Miss Universe yang memengaruhi performanya sehingga dirasa tidak sesuai dengan standar *beauty pageant*. Observasi ini dilakukan pada akun instagram Ann Anchilee, Miss Universe Thailand 2021. Dari peristiwa itu, banyak dari para penggemar ajang kontes kecantikan yang menyerbu Ann melalui berbagai kolom komentar media sosialnya.



Gambar 1.2 Komentar Perundungan terhadap Miss Universe Thailand 2021

Selain itu, baru-baru ini peristiwa serupa juga terjadi pada Harnaaz Sandhu, Miss Universe yang baru dimahkotai pada Desember 2021 lalu mendapat banyak komentar negatif pada media sosialnya. Ia mendapat *bullying* dikarenakan penampilannya yang dinilai tidak bisa menjaga bentuk tubuhnya selama menjabat sebagai ratu kecantikan dunia tersebut. Bertubi-tubi perundungan itu dilakukan hingga membuat pihak dari Miss Universe Organization turun tangan melalui komentar disalah satu postingannya yang menegur secara tegas tidak menolerir *bullying* jenis apapun. Selain aktivitas penggemar yang berkomentar pada media sosial sang pelaku *pageant* tersebut, beberapa komentar pedas kerap kali dilontarkan melalui akun portal *pageant* yang mereka ikuti.



Gambar 1.3 Postingan Komentar MUO terhadap *Bullying* yang Dialami Harnaaz

Permasalahan yang terjadi akibat adanya aktivitas berkomentar oleh para *pageant lovers* yang melakukan perundungan atau *bullying* ini bisa saja berakibat pada kesehatan mental, kepercayaan diri maupun menurunnya kinerja seseorang. Berdasarkan penjabaran unicef.org (2020), perundungan yang terjadi secara online dapat menimbulkan berbagai permasalahan bagi korban. Dampak tersebut terbagi menjadi 3 yakni: dampak psikologis, sosial, dan pada kehidupan sehari-hari. Dampak psikologis ini bisa saja memengaruhi kesehatan mental seseorang yang dirundung seperti contoh pada kasus Yoga Cahyadi, pria asal Yogyakarta ini mengalami depresi dan bunuh diri akibat perundungan di dunia maya akibat performanya yang gagal di acara musik Locstock Music Fest 2. Selain itu, kasus yang cukup mengejutkan dari dunia hiburan korea, Cho Jin Ri alias Sulli yang ditemukan tewas gantung diri di apartemennya pada tahun 2019 silam akibat perundungan siber yang ia dapatkan melalui media sosialnya (Bastomi & Hidayah (2019). Disamping itu, contoh dampak sosial yang diakibatkan oleh perundungan siber adalah pada kasus yang dialami oleh Kalista Iskandar selaku Puteri Indonesia Sumatera Barat 2020, yang dirundung karena tak hapal Pancasila, berdampak pada kepercayaan diri dan hilangnya pengakuan pemerintah Sumatera Barat terhadap dirinya (Viva.co.id, 2020).

Penggemar atau *fans* biasanya memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk berdiskusi atau bertukar pendapat, *sharing* secara

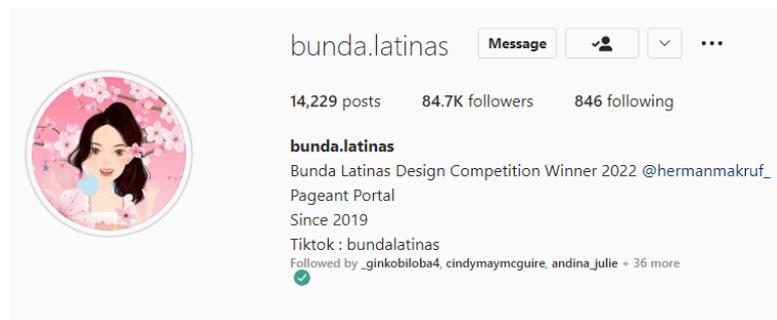
bersama melalui komunitas di media sosial. Mereka menggunakan internet sebagai sarana dalam mendapatkan informasi mengenai idola atau aktivitas yang memuaskan rasa keingintahuan para *pageant lovers* tersebut. Hal ini membuat beberapa *pageant lovers* membuat akun portal *pageant*. Portal *pageant* sendiri adalah kanal untuk berbagi informasi mengenai ajang kontes kecantikan. Berikut beberapa banyak akun portal *pageant* di Indonesia diantaranya:

Tabel 1.1 5 Akun Portal *Pageant* di Indonesia dengan Pengikut Paling Banyak

Instagram	Jumlah Pengikut (Followers)
@indopageants	207 ribu followers
@pageantcrownwarriors	118 ribu followers
@sahabat_pageant	103 ribu followers
@bunda.latinas	98,4 ribu followers
@nyairatubumi.official	60,5 ribu followers

Sumber : Observasi Peneliti

Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh para penggemar *beauty pageant* untuk aktif dalam menyebar luaskan informasi yang mereka berikan. Dari 5 akun instagram portal *pageant* di Indonesia dengan jumlah *followers* terbanyak, Peneliti memilih salah satu akun Instagram @bunda.latinas. Awal kemunculan akun instagram ini dibuat pada tahun 2019. Meskipun begitu, akun tersebut sudah memiliki lebih dari 98 ribu pengikut (per- 16 November 2022) dan mendapatkan antusiasme yang sangat besar dari *pageant lovers* atau para penggemar kontes kecantikan di Indonesia.



Gambar 1.4 Profil Akun Instagram @bunda.latinas

Selain itu, tidak hanya sebagai sarana informasi mengenai kontes kecantikan nasional dan internasional, akun @bunda.latinas juga sering berinteraksi dengan para pengikutnya melalui *event* yang diselenggarakan secara *online* seperti sayembara membuat desain gaun malam dan *national costume*. Hal menarik yang berkaitan dengan pengikut Instagram ini adalah akun Instagram @bunda.latinas ini memiliki kedekatan khusus dengan para petinggi yayasan ajang kontes kecantikan di Indonesia seperti Yayasan Puteri Indonesia dan Yayasan Dunia Mega Bintang. Dari kedekatan inilah akun @bunda.latinas seringkali bisa mendapatkan berita eksklusif dan menjadi *official sponsored* untuk meliput kegiatan *pageant* di Indonesia maupun di luar negeri secara langsung.

Menurut Abercromine dan Longhurst (1998) dalam Nasrullah (2017), memberikan kategori yang berbeda dalam objek penggemar tersebut yakni penggemar (*fan*), penyuka (*enthusiast*), dan juga pemuja (*cult*). Dalam hal ini, para penggemar ajang kontes kecantikan yang berkumpul dan melakukan perundungan dalam suatu komunitas tersebut, bisa dikategorikan sebagai “pemuja”. Dimana para *pageant lovers* ini memiliki kecenderungan untuk memuja salah satu publik figur atau ratu kecantikan tertentu namun mereka melakukan perundungan terhadap ratu kecantikan lain yang tidak sesuai dengan standar mereka. Berbeda dengan penggemar, terkadang juga para pemuja ini memiliki bentuk tertentu dari aktivitas pengidolaan yang mereka lakukan serta adanya karakter pengorganisasian sebagai informalitas (Nasrullah, 2017). Pernyataan tersebut dapat dijabarkan mengenai umumnya perundungan yang dilakukan oleh *haters*, namun pada objek kontes kecantikan ini, seringkali para penggemarlah yang melakukan perundungan siber tersebut. Seperti halnya, tak jarang kebanyakan dari pengguna instagram khususnya pada penelitian ini adalah *pageant lovers*, kerap berkomentar sesuka hati mereka untuk menyerang para pelaku ajang kontes kecantikan. Komentar-komentar yang dilontarkan pun acapkali lebih mengarah yang tidak baik alias komentar negatif, dan kebanyakan penggemar seringkali melakukan perundungan siber. Tentu saja, komentar-komentar perundungan yang dilontarkan tersebut dapat berdampak bagi para pelaku *pageant* baik itu dari segi psikis maupun kinerja mereka sebagai seorang publik figur terlebih lagi seorang ratu kecantikan dunia yang dianggap harus tampil sempurna. Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “Perundungan Siber oleh Penggemar Ajang *Beauty Pageant* pada Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual pada Komentar di Postingan Akun Instagram @bunda.latinas Selama Penyelenggaraan Miss Universe 11 dan 13 Desember 2021).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana aktivitas dan bentuk perundungan siber yang dilakukan oleh para penggemar *beauty pageant* melalui aktivitas berkomentar pada akun Instagram @bunda.latinas?

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian yang diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Masih banyak anggapan bahwa paras cantik menjadi standar utama, sehingga banyak penggemar yang tak segan melakukan *bullying* terhadap ratu kecantikan mereka melalui kolom komentar media sosial Instagram.
2. Terdapat beberapa para *pageant lovers* yang melakukan ujaran kebencian terhadap ratu kecantikan lain demi mendukung idola mereka melalui postingan komentar di akun Instagram portal *pageant*.
3. Adanya perundungan yang dilakukan melalui aktivitas berkomentar di akun instagram tersebut dapat menyebabkan memengaruhi bagi para korbannya seperti kesehatan mental atau bahkan kinerja seseorang tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana aktivitas komentar dan bentuk perundungan siber pada akun Instagram @bunda.latinas oleh penikmat *beauty pageant*?

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi para pembaca, baik yang bersifat teoritis maupun praktis. Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan atau sumbangsih penelitian terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi *cyberbullying* atau perundungan siber.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada para masyarakat atau penggemar kontes kecantikan melalui komunikasi yang terbentuk dari adanya *cyberbullying* melalui interaksi dalam konteks komentar penggemar pada akun Instagram @bunda.latinas.