

**FENOMENA DISFEMISME *MOM SHAMING*
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**DINAH NURHALIYAH
E021201092**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024



**FENOMENA DISFEMISME *MOM SHAMING*
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**DINAH NURHALIYAH
E021201092**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi **Fenomena Disfemisme *Mom Shaming* Di Media Sosial
Instagram**

Nama Mahasiswa **Dinah Nurhalayah**

Nomor Pokok **E021201092**

Makassar, 7 Juni 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198801182015041002

Sartika Sari Wardanhi DHP, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198711232019032010

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 19641002190021001



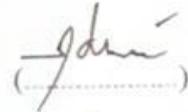
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Broadcasting* pada Hari Jumat, Tanggal Tujuh Juni Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat.

Makassar, 7 Juni 2024

TIM EVALUASI

Ketua : Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom.

()

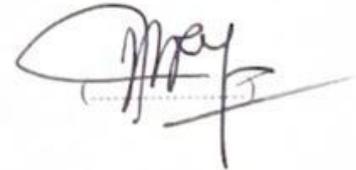
Sekretaris : Sartika Sari Wardanhi DHP, S.Sos., M.I.Kom.

()

Anggota : 1. Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.

()

2. Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.

()



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinah Nurhaliyah

NIM : E021201092

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Saya menyatakan bahwa skripsi Ilmu Komunikasi yang berjudul “**Fenomena Disfemisme Mom Shaming Di Media Sosial Instagram**” ini sepenuhnya adalah karya penulis sendiri. Tidak ada bagian dalam yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang di jatuhkan kepada saya bahwasanya di kemudian hari saya melakukan atau di temukan pelanggaran mengenai etika keilmuan pada karya saya.

Makassar, 7 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Dinah Nurhaliyah



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Fenomena Disfemisme *Mom Shaming* Di Media Sosial Instagram”, guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kendala dan tidak akan berjalan lancar tanpa adanya pengorbanan, dukungan maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis tercinta, Bapak ABD. Halim Majid dan Ibu Nining Eka Nurhayati yang senantiasa memberikan doa, perhatian, kasih sayang dan dukungan secara moral maupun materi kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penulis bisa sampai di titik ini.
2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Ibu Nurul Ichsani. S.Sos., M.I.kom selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan buah pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran dan mengarahkan kepada peneliti selama masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.



4. Ibu Sartika Sari Wardanhi DHP, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan buah pikirannya dalam memberikan nasihat, bimbingan, bantuan dan mengarahkan kepada peneliti selama masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin sekaligus tim penguji dan bapak Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si, selaku tim penguji. Terima kasih atas waktu, ilmu dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan, serta staf Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh berkas.
7. Seluruh Civitas Akademik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.
8. Delviani Fitri, Muh. Mahatir, Maulana Assidiq selaku kakak penulis dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal pendidikan hingga pada tahap penyelesaian skripsi ini.

Khusnul Khotimah dan Nisa Amalia Ansar selaku sahabat penulis yang selalu bersedia membantu, menghibur serta menjadi tempat berbagi



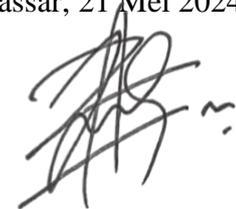
cerita dan keluh kesah dalam setiap hal yang dialami penulis, dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sangat tulus.

10. Teman-teman TripleB yang telah menjadi teman sejak awal masa perkuliahan penulis, yang telah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran mengenai hobi yang disukai bersama.
11. Bruutkeesting, 13 orang luar biasa yang menemani 4 semester akhir penulis. Safa, Leni, Syafiqah, Nanda, Maya, Nina, Aca, Ai, Nicho, Mola, Aditya, Luppi, Faiz. Terima kasih atas waktu, pengalaman, pelajaran, canda dan tawa yang dihabiskan bersama selama ini, semoga kita semua tetap bisa bersua di lain tempat dan kesempatan.
12. Teman-teman KKNT Desa Soreang Gel 111 yang telah memberikan pengalaman selama KKN dan telah menghibur penulis selama proses penulisan skripsi.
13. Teman-teman Nalendra 2020 yang telah berjuang bersama di dunia perkuliahan, terima kasih atas pelajaran dan pengalamannya.
14. Terima kasih untuk member BTS Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jeong Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang telah menjadi motivasi, penyemangat dan selalu dapat menghibur di saat penulis lelah.
15. Semua pihak yang penulis tidak sempat sebutkan namanya. Terima kasih karena telah banyak memberikan bantuannya dalam rangka penyelesaian skripsi ini.



16. Dan yang terakhir dan yang paling utama terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang walaupun terkadang ada hari-hari di mana tidak berjalan sesuai rencana. Terima kasih selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, sehingga pada akhirnya bisa membuktikan bahwa diri sendiri ini bisa. Semoga ke depannya bisa menjadi orang yang lebih baik lagi dari hari kemarin.

Makassar, 21 Mei 2024



Dinah Nurhaliyah



ABSTRAK

DINAH NURHALIYAH. *Fenomena Disfemisme Mom Shaming Di Media Sosial Instagram.* (Dibimbing oleh Nurul Ichsani dan Sartika Sari Wardanhi Dh Pasha)

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui fenomena disfemisme *mom shaming* pada media sosial Instagram. (2) Untuk mengetahui bentuk disfemisme *mom shaming* pada akun Instagram @riaricis1795. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang melibatkan pengumpulan data melalui observasi partisipatif. Teknik pengumpulan data yang diperoleh langsung dari lapangan, dengan sumber informasi utama berasal dari kolom komentar tiga akun media sosial Instagram *celebrity mom* dan kolom komentar media sosial Instagram Ria Ricis.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan fenomena disfemisme *mom shaming* pada akun-akun Instagram *celebrity mom* seperti Denise Chariesta, Jennifer Coppen dan Aurel Hermansyah yang menunjukkan perbuatan tidak sopan dengan melakukan disfemisme *mom shaming* untuk menunjukkan bentuk kritikan netizen. Selain itu, terdapat tiga bentuk penggunaan disfemisme *mom shaming* berupa bentuk kata, frasa, dan ungkapan pada kolom komentar Instagram @riaricis1795 pada beberapa unggahan yang menampilkan kebersamaan Ria Ricis dan Moana.

Kata kunci: Disfemisme, *Mom shaming*, Media Sosial, Instagram



ABSTRACT

DINAH NURHALIYAH. *Mom Shaming Dysphemism Phenomenon on Instagram Social Media.* (Supervised by Nurul Ichsani and Sartika Sari Wardanhi Dh Pasha)

The objectives of this study are (1) to determine the phenomenon of mom shaming dysphemism on Instagram social media. (2) To find out the form of mom shaming dysphemism on the Instagram account @riaricis1795. This research uses descriptive qualitative research methods, which involve data collection through participatory observation. Data collection techniques are obtained directly from the field, with the main source of information coming from the comment columns of three Instagram celebrity mom social media accounts and Ria Ricis' Instagram social media comment column.

The results of the study show that there is a phenomenon of mom shaming dysphemism on celebrity mom Instagram accounts such as Denise Chariesta, Jennifer Coppen and Aurel Hermansyah who show disrespectful behavior by using mom shaming dysphemism to show the form of netizen criticism. In addition, there are three forms of the use of mom shaming dysphemism in the form of words, phrases, and expressions in the @riaricis1795 Instagram comments column on several uploads featuring the togetherness of Ria Ricis and Moana.

Keywords: Dyfemism, Mom Shaming, Social Media, Instagram



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
D. Kerangka Konseptual	13
E. Definisi Konseptual	21
F. Metode Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	27
A. Disfemisme	27
B. <i>Mom Shaming</i>	35
C. <i>New Media</i>	41
D. Instagram.....	47
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	55
A. Profil Ria Yunita (Ria Ricis)	55
B. Gambaran Umum Instagram Ria Ricis	56
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
asil Penelitian	62
embahasan	81



BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1.1 Jumlah Postingan Instagram Periode September 2022-2023 @riaricis1795..	24
4.1 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Akun Instagram @aurel.hermansyah	63
4.2 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Akun Instagram @jennifercoppereal20	64
4.3 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Akun Instagram @denisechariesta91	66
4.4 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> Pada Akun Instagram @riaricis1795	68
4.5 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> Bentuk Kata di Instagram @riaricis1795	71
4.6 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> Bentuk Frasa di Instagram @riaricis1795	75
4.7 Disfemisme <i>Mom Shaming</i> Bentuk Ungkapan di Instagram @riaricis1795 ..	80



DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.1	Data Pengguna Instagram di Dunia Bulan Januari 2023	2
1.2	Komentar Pada Akun @marissaln	7
1.3	Akun Instagram @riaricis1795	8
1.4	Komentar Pada Akun Instagram @riaricis1795	10
1.5	Kerangka Konseptual	20
3.1	Foto Profil Ria Ricis	55
3.2	Profil Instagram Ria Ricis	58
3.3	Postingan Instagram @riaricis1795	59
3.4	Postingan Instagram @riaricis1795	59
3.5	Postingan Instagram @riaricis1795	60
3.6	Postingan Instagram @riaricis1795	60
3.7	Postingan Instagram @riaricis1795	61
4.1	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @aurel.hermansyah	63
4.2	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @aurel.hermansyah	63
4.3	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @jennifercoppenreal20 ..	65
4.4	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @jennifercoppenreal20 ..	65
4.5	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @denisechariesta91	66
4.6	Komentar Disfemisme <i>Mom Shaming</i> di Instagram @denisechariesta91	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat kemampuan masyarakat dalam menggunakan media sosial semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. Peningkatan pengguna media sosial merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti mencari informasi, tetap terhubung dengan teman dan keluarga, faktor *learning process*, pendidikan dan kesadaran digital, perubahan gaya hidup, dan lain sebagainya. Menurut (Nasrullah, 2014) pada dasarnya teknologi memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media salah satunya adalah media sosial.

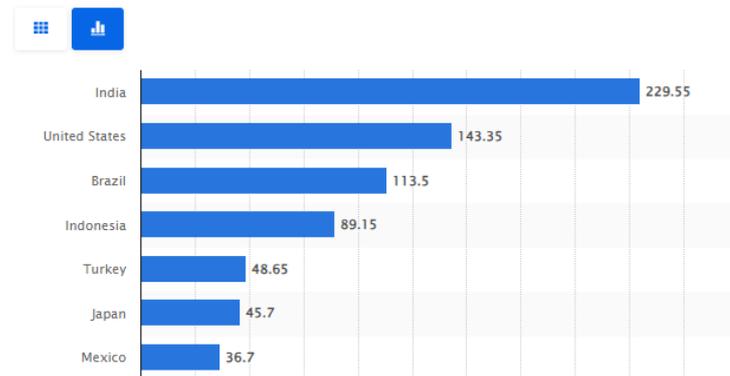
Media sosial yang populer di masyarakat Indonesia seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), dan Youtube. Di antara media sosial tersebut, Instagram mengalami peningkatan pengguna setiap tahunnya. Pengguna Instagram menjadikan media sosial ini sebagai tempat hiburan, mencari informasi, promosi, relasi, hingga bisnis. Namun, Instagram memiliki kebijakan yang mengharuskan pengguna memiliki usia minimal 13 tahun untuk membuat akun.

Berdasarkan data Napoleon cat, ada 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 105,68 juta pengguna. Indonesia menjadi negara yang berhasil menduduki peringkat tiga sebagai



pengguna Instagram terbesar di dunia dengan jumlah pengguna 89,15 juta orang menurut survei statista.com pada bulan Januari 2023.

Leading countries based on Instagram audience size as of January 2023
(in millions)



Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Dunia Bulan Januari 2023
Sumber : statista.com

Meskipun kemampuan masyarakat dalam menggunakan media sosial Instagram sangat tinggi, tetapi ada tantangan atau dampak negatif bagi para penggunanya terutama terkait dengan etika dan tata cara berkomunikasi yang baik dan benar. Salah satu contohnya adalah fenomena ujaran kebencian atau *hate speech*. Tindakan ini berkaitan dengan kebebasan berpendapat yang di anut Indonesia. Namun, disalah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan diri sendiri dan dapat merugikan orang lain.

Menurut (Mawarti, 2018) *hate speech* atau ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok orang untuk melakukan provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok lain dalam berbagai aspek seperti ras, warna



kulit, etnis, gender, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain sebagainya.

Masyarakat Indonesia yang dikenal dengan keramahannya dalam kehidupan sehari-hari bahkan dengan orang baru, tidak sejalan ketika mereka berada di media sosial. Karena setiap orang bebas berekspresi sehingga dengan mudahnya menghujat, menggurui, menghakimi, bahkan sampai mencaci-maki dengan kata-kata yang tak pantas atau ujaran kebencian. Bahkan karena tindakan ini Microsoft lewat hasil *Digital Civility Indeks* (DCI) menempatkan netizen Indonesia di urutan terbawah sebagai netizen tidak sopan se-Asia Tenggara.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari website Microsoft, menunjukkan hasil studi tahun 2020. Dalam laporan tersebut *Digital Civility Index* (DCI) mengukur tingkat kesopanan digital pengguna Internet dunia saat berkomunikasi di dunia maya. Netizen Indonesia menempati urutan terbawah se-Asia Tenggara. Kemunduran tingkat kesopanan paling banyak didorong pengguna usia dewasa dengan persentase 68%. Laporan ini berdasarkan survei yang diikuti oleh 16.000 responden di 32 negara dan sebanyak 503 responden dari Indonesia.

Literasi digital dapat menjadi solusi untuk mengatasi dan mengurangi tindakan *hate speech* ini. Karena literasi digital dapat membantu individu untuk mengenali, mengatasi, dan melawan *hate speech* di dunia digital terutama di media sosial. Menurut (Suherdi, Devri, 2021) literasi digital ialah sebuah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media



digitalisasi, termasuk alat komunikasi yang modern atau jaringan Internet dalam menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan informasi, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara bijak, cerdas, cermat, tepat dan tentunya patuh hukum dan aturan dalam rangka membina komunikasi dan interaksi positif dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mengembangkan kemampuan literasi digital setiap individu, literasi digital dibagi menjadi empat pilar, yaitu digital *skills* (kecakapan), digital *culture* (budaya), digital *ethics* (etika), dan digital *safety* (keamanan) (Kemenkominfo, 2022).

Dari keempat pilar literasi digital di atas etika digital memiliki peran penting dalam menghadapi *hate speech*. Etika digital membahas tentang cara bertindak secara etis saat menggunakan media digital. Hal ini termasuk memahami hak privasi dan keamanan data serta menghormati hak cipta seseorang. Etika digital memiliki beberapa aspek seperti kesadaran tentang dampak dari sebuah tindakan terhadap orang lain, pemahaman tentang pentingnya kejujuran dan integritas dalam berbagai informasi, dan kemampuan untuk menemukan dan menangani masalah etika di lingkungan digital. Oleh karena itu memahami literasi itu penting, sejalan dengan pengertian literasi menurut (Ginting, Daniel, 2021) yaitu kemampuan yang melibatkan keterampilan (*skill*) dan pengetahuan (*knowledge*).

Peran etika digital dalam literasi media diperlukan di tengah tingginya rpaan media dan berbagai permasalahan dalam informasi yang terus-enerus masuk ke dalam kehidupan sehari-hari. Etika digital memberikan



panduan tentang bagaimana individu dan organisasi seharusnya berperilaku, berinteraksi, dan bersikap dalam lingkungan Internet dan media sosial. Dalam konteks media sosial penerapan etika digital yang kuat dapat berdampak signifikan dalam mengurangi penyebaran *hate speech*. Selain pada fenomena *hate speech* etika digital dapat memberikan kesadaran akan konsekuensi dari penggunaan disfemisme di media sosial.

Disfemisme menurut Allan dalam (Ghufron, 2021) yaitu ungkapan dengan konotasi kasar yang menyinggung, tidak sopan atau menyakitkan hati mengenai sesuatu atau seseorang atau keduanya. Disfemisme digunakan untuk merendahkan atau mengungkapkan penghinaan dan untuk menunjukkan rasa tidak suka, juga ketidaksetujuan terhadap seseorang atau sesuatu. Pentingnya etika digital dalam fenomena disfemisme dapat mendorong kesadaran masyarakat agar dapat berperilaku secara lebih baik dalam lingkungan digital, serta menghindari penggunaan kata-kata merendahkan yang dapat merugikan orang lain secara tidak perlu.

Bentuk disfemisme pada media sosial Instagram dapat ditemukan pada kolom komentar sebuah unggahan. Disfemisme dapat dilakukan dan dialami oleh siapa pun, tetapi selebgram atau *public figure* yang dikenal secara luas sering kali lebih mudah menjadi sasaran disfemisme. Hal ini terjadi karena eksposur publik mereka yang tinggi, seringkali terlibat dalam kontroversi, serta ketidakpuasan dan rasa iri dari sebagian individu yang mendorong mereka untuk mengungkapkan komentar negatif.



Etika digital juga dapat berperan penting dalam menghadapi fenomena *mom shaming*, di mana individu sering kali mengkritik atau merendahkan cara seorang ibu mengasuh anaknya melalui platform media sosial. Etika digital dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih peduli, mendukung, dan hormat terhadap peran ibu di media sosial. Mengutip data yang ditemukan (Adiyanto & Afiati, 2020) dari Universitas Michigan di Amerika Serikat terkait penelitiannya dengan Rumah Sakit Anak C.S Mott menunjukkan bahwa 61% dari 475 perempuan menjadi korban *mom shaming*.

Menurut Villines dalam (Savira, 2020) mendefinisikan *mom shaming* sebagai tindakan mengkritik pilihan seorang ibu dalam mengasuh anak tanpa mempertimbangkan atau mengetahui faktor-faktor dibalik pilihan tersebut seperti peran ayah, pengasuh lain, faktor budaya, atau kondisi finansial. Perilaku *mom shaming* adalah perilaku beralih kritik untuk memermalukan seorang ibu tentang gaya pengasuhan anak dengan menganggap diri sendiri lebih ideal dalam mengasuh anak. Contoh dari *mom shaming* dapat berupa ucapan seperti “bunda, kok anaknya dikasih susu formula? Bukan dikasih asi eksklusif saja?”, “bunda, kok anaknya dikasih makan itu sih? Engga takut ganggu pencernaan apa?”, dan lain sebagainya. Hal tersebut hanya sedikit dari banyaknya tindakan *mom shaming*.



Mom shaming dapat dilakukan oleh siapa pun, bahkan oleh orang asing. *Mom shaming* tidak hanya dilakukan secara privat atau publik namun, hal

ini dapat terjadi secara *online*. Saat ini *mom shaming* kerap kali terjadi dan menjadi hal yang umum dalam dunia *parenting*, terlebih sejak munculnya media sosial. Tidak dapat dihindari kehadiran media sosial membuat konsumsi pribadi dapat menjadi konsumsi publik.

Salah satu fenomena disfemisme *mom shaming* terjadi pada kolom komentar Instagram akun *public figure* @marissaln. Bentuk disfemisme *mom shaming* pada akun @marissaln berisikan “kok mangku bayinya bgt yaaa... kan tulang2nya blm kuat...”. Bentuk disfemisme *mom shaming* pada akun tersebut bertujuan untuk merendahkan dan mengkritik pilihan Marisa dalam mengasuh anaknya. Tindakan yang dilakukan tersebut menurut orang lain adalah tindakan yang salah dan tidak tepat.



Gambar 1.2 Komentar Pada Akun @marissaln
Sumber : Instagram

Menurut Lane dalam (Savira, 2020) berpendapat bahwa saat ini, tindakan *mom shaming* adalah semudah mengetuk tombol ‘komentar’ dalam media sosial Instagram. Hal ini berlaku bagi semua ibu, terutama para ibu selebriti yang mengunggah foto dan video kehidupan pribadinya,



termasuk aktivitas *parenting* ke dalam media sosial Instagram. Karena adanya fenomena *mom shaming* pada kolom komentar media sosial Instagram, tidak dapat dihindari bahwa tindakan disfemisme dapat terjadi.

Dalam fenomena disfemisme *mom shaming* atau memperlakukan ibu, hal ini sangat berkaitan dengan etika digital. Pada penelitian ini penulis berfokus pada salah satu ibu selebriti (*celebrity mom*) yang membagikan aktivitas *parenting* pada akun Instagram yaitu Ria Ricis. Dirujuk dari jurnal (O'Brien Hallstein, 2011) ibu selebriti atau *celebrity mom* dipahami sebagai sosok ibu yang menjadi sorotan banyak orang dan membawa pengaruh besar bagi pengikutnya.



Gambar 1.3 Akun Instagram @riaricis1795
Sumber : Instagram

Ria Ricis dikenal sebagai *celebrity mom* yang mendapatkan banyak perhatian dari netizen Indonesia baik itu pengikutnya atau bukan. Pada 24 oktober 2023 tercatat Ria Ricis memiliki 642 postingan, 35,2 juta pengikut, dan 936 mengikuti. Ria Ricis dikenal sebagai seorang Youtuber dan



selebgram. Dari 647 postingan yang di unggah Ria Ricis di Instagram terdapat berbagai jenis aktivitas yang dibagikan. Mulai dari kegiatan *endorment*, pekerjaan, keluarga, keseharian, dan tentunya tidak luput dengan *parenting*. *Parenting* adalah proses mendidik, merawat, dan membimbing anak agar tumbuh dan berkembang menjadi individu yang sehat, mandiri, dan bertanggung jawab.

Parenting yang dilakukan Ria Ricis tentunya mendapatkan sorotan dari berbagai orang karena statusnya sebagai *celebrity mom*. Unggahan foto atau pun video *parenting* yang dibagikan oleh Ria Ricis tidak hanya mendapatkan komentar positif, namun juga mendapatkan komentar negatif. Netizen memberikan berbagai jenis komentar berkaitan dengan *disfemisme mom shaming*. Seperti salah satu komentar di postingan Ria Ricis pada 22 Januari 2023 yang memperlihatkan anak perempuannya bernama Moana sedang belajar merangkak pada usia 5 bulan.

Menurut salah satu netizen dengan nama akun @dr_oc_19 berkomentar “Aduh anaknya kok disuruh merangkak. Disploitasi ini mahhh”. Komentar ini termasuk *disfemisme mom shaming*. Komentar ini berpendapat bahwa di usia 5 bulan anak seharusnya belum diajarkan merangkak. Penggunaan *disfemisme* pada komentar ini terdapat pada ungkapan “disploitasi” yang merujuk pada kata aslinya yaitu eksploitasi yang artinya kegiatan pemanfaatan demi kepentingan pribadi. Maksud dari pemanfaatan ini mengarah kepada Ria Ricis yang merupakan seorang selebgram, sehingga semua aktivitasnya di jadikan konten. *Mom shaming* yang dialami Ria Ricis



semakin sering setelah kejadian Moana di ajak naik jet ski ketika masih balita dan tidak memakai pelampung.



Gambar 1.4 Komentar Pada Akun Instagram @riaricis17951975
Sumber : Instagram

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi dari penelitian ini ialah pertama, penelitian yang ditulis oleh (Savira, 2020) yang membahas tentang “Praktik *Mom Shaming* Oleh Netizen Indonesia Terhadap Selebritis Yang Melakukan *Sharenting* di Media Sosial”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tindakan *mom shaming* atau kritik mengenai cara asuh seorang ibu kerap dialami oleh Andien dan Rachel sebagai seorang ibu selebriti pada akun Instagramnya, terlepas dari bagaimana metode *parenting* yang diterapkan oleh kedua ibu tersebut. Namun demikian, Andien yang dikenal dengan penerapan metode *parenting* yang kontroversial mendapat lebih banyak komentar *mom shaming* pada kolom komentar akun Instagramnya dibandingkan Rachel yang menerapkan *arenting* yang umumnya diterapkan di Indonesia.



Kedua, penelitian yang ditulis oleh (Waruwu & Vera, 2020) yang membahas “Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie)”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut penelitian ini menyatakan bahwa akun Instagram @prof.tjokhowie digunakan sebagai platform untuk menyebarkan ujaran kebencian di media sosial. Akun ini memanfaatkan isu-isu yang sedang tren untuk memprovokasi pengguna lain agar ikut dalam penyebaran ujaran kebencian, terutama melalui kolom komentar. Isu-isu yang dibahas meliputi politik, ras, suku, etnis, agama, dan lainnya. Dalam interaksi dengan pengguna lain terdapat aktivitas seperti pemberian tanda suka, berbagi postingan, dan interaksi dalam kolom komentar yang sering kali mengandung ujaran kebencian, yang dapat memicu konflik antara pengguna lainnya.

Ketiga, penelitian yang ditulis oleh (Hendriana, 2020) yang membahas “Fenomena *Mom Shaming* Sebagai Bentuk *Cyberbullying* Terhadap Kalangan Ibu Dalam Media Sosial”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut penelitian ini menyoroti bahwa *mom shaming*, yang awalnya dianggap sebagai bentuk *cyberbullying* yang sering terjadi pada anak-anak dan remaja, juga terjadi pada orang dewasa, khususnya kaum ibu. *Mom shaming* adalah hasil dari konstruksi sosial tentang peran ibu atau *motherhood*, di mana seorang ibu diharapkan untuk mematuhi norma-norma yang ada dalam masyarakat. Hal ini dapat menghasilkan komentar negatif dan tekanan pada ibu yang mungkin menghadapi banyak tantangan dalam kerennya.



Dari penjelasan di atas dan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai fenomena disfemisme *mom shaming* pada akun media sosial *celebrity mom* di Instagram. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian skripsi dengan judul “Fenomena Disfemisme *Mom Shaming* di Media Sosial Instagram”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka peneliti menyimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana fenomena disfemisme *mom shaming* pada media sosial Instagram?
2. Bagaimana bentuk disfemisme *mom shaming* pada akun Instagram @riaricis1795?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui fenomena disfemisme *mom shaming* pada media sosial Instagram
 - b. Untuk mengetahui bentuk disfemisme *mom shaming* pada akun Instagram @riaricis1795
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Kegunaan Teoritis
 1. Sebagai bahan masukan dalam pengembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya dibidang Ilmu Komunikasi dan



diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran ilmu komunikasi terkhusus yang berkaitan dengan media baru.

2. Sebagai pedoman untuk munculnya penelitian-penelitian baru sehingga dapat menjadi suatu kemajuan dan perkembangan dalam ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

1. Menambah pengetahuan dan pemahaman penulis tentang bagaimana media sosial Instagram menjadi media pada fenomena disfemisme *mom shaming* secara daring. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara khusus bagi civitas akademik dan secara umum bagi masyarakat.
2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual

1. Instagram

Menurut Enterprise dalam (Nevyra, 2021) secara sederhana Instagram berperan sebagai sarana untuk menangkap gambar atau video, mengeditnya, lalu membagikannya kepada para pemilik akun Instagram lain. Instagram adalah platform berbasis gambar dan video, yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan, cerita, atau emosi melalui gambar dan video yang mereka berikan. Komentar menjadi salah satu fitur untuk membangun interaksi komunikasi.



Kolom komentar di Instagram adalah tempat di mana pengguna dapat memberikan respons, pertanyaan, atau umpan balik terhadap unggahan yang dibagikan oleh pengguna lain. Interaksi pada kolom komentar Instagram memainkan peran penting dalam membentuk komunikasi secara *online*, memfasilitasi diskusi, dan memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam berbagai konten yang ditemui pada platform ini.

Instagram memiliki banyak peran terhadap kehidupan masyarakat. Dalam masyarakat yang semakin terkoneksi secara *online*, Instagram telah menjadi platform yang penting untuk berbagai hal, salah satunya seperti berbagi pengalaman dan pandangan seputar kegiatan sehari-hari, pekerjaan, hingga peran seorang ibu kepada anak. Namun, dengan berkembangnya penggunaan media sosial saat ini dapat memunculkan berbagai macam dampak positif maupun negatif. Instagram dijadikan sebagai media terhadap munculnya fenomena *disfemismemisme mom shaming* dari berbagai sisi, yaitu:

- a. Instagram memberikan platform bagi pengguna untuk mengunggah foto dan cerita tentang kehidupan sehari-hari mereka, termasuk momen-momen tentang anak. Hal ini menciptakan ruang bagi pengguna lain untuk mengomentari dan mengkritik cara orang lain merawat anak mereka.
- b. Instagram sering digunakan sebagai alat komunikasi yang memberikan ruang anonimitas bagi komentator. Sebagian



bentuk disfemisme *mom shaming* sering kali di bawah identitas anonim. Hal ini memungkinkan individu untuk mengungkapkan pendapat mereka tanpa perasaan tanggung jawab dan risiko konfrontasi langsung.

- c. Penggunaan media sosial Instagram dapat menciptakan “*filter bubble*” di mana individu hanya terpapar pada sudut pandang yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri, yang dapat memperkuat disfemisme *mom shaming*. Hal ini menciptakan lingkaran informasi yang mempersempit perspektif, sehingga individu dapat merasa lebih bebas untuk mengungkapkan komentar yang kasar.

2. Disfemisme

Disfemisme digunakan sebagai suatu bentuk atau gaya berbahasa yang menggunakan kata-kata atau ungkapan yang merendahkan, kasar, atau tidak sopan untuk menggambarkan atau merujuk pada sesuatu. Diperjelas oleh Allan dan Buridge dalam (Kurniawati, 2011) disfemisme adalah ungkapan dengan konotasi kasar, tidak sopan atau menyakitkan hati mengenai sesuatu atau seseorang atau keduanya. Sebagai contoh penggunaan disfemisme seperti, “dia ‘ibu malas’ yang hanya peduli pada dirinya sendiri”. Penggunaan kata “ibu malas” adalah bentuk disfemisme. Istilah “ibu malas” digunakan secara merendahkan untuk mengkritik ibu yang mungkin mengambil waktu untuk dirinya sendiri atau memiliki kebutuhan pribadi.



Penggunaan disfemisme ini memiliki alasan tertentu. Menurut Chaer dalam (Widodo, 2021) menjelaskan bahwa usaha atau gejala pengasaran ini biasanya dilakukan orang dalam situasi yang tidak ramah atau menunjukkan kejengkelan. Kata yang bernilai kasar digunakan dengan sengaja untuk meningkatkan tekanan tetapi tanpa terasa kekasarannya. Adapun bentuk-bentuk pemakaian disfemisme terbagi atas tiga yaitu:

1. Kata

Menurut Ramlan dalam (Asmi, 2013) kata merupakan bentuk bebas yang paling sedikit atau dengan kata lain setiap suatu bentuk bebas merupakan suatu kata. Kata-kata dapat dibentuk secara terpisah atau bersama untuk membentuk frasa, kalimat, dan teks. Contoh disfemisme bentuk kata seperti “ibu itu adalah ‘ibu nakal’ yang tidak tahu apa yang dia lakukan”. Penggunaan kata “ibu nakal” adalah bentuk disfemisme. Istilah “ibu nakal” digunakan dengan maksud merendahkan dan mengkritik ibu tersebut karena dianggap tidak kompeten dalam merawat anaknya.

2. Frasa

Menurut Parera dalam (Widodo, 2021) frasa adalah suatu konstruksi yang dapat dibentuk oleh dua kata atau lebih, baik dalam bentuk sebuah pola dasar kalimat maupun tidak. Frasa belum membentuk kalimat tunggal. Contoh disfemisme bentuk



frasa seperti, “saya ragu dia bisa mengurus anaknya sendiri, sepertinya dia ‘ibu yang gagal’”. Penggunaan frasa “ibu yang gagal” adalah bentuk disfemisme yang menghakimi kemampuan ibu dalam merawat anaknya. Ini digunakan untuk merendahkan dan meremehkan peran ibu tersebut.

3. Ungkapan

Dalam bahasa, ungkapan adalah kelompok kata atau frasa yang memiliki makna khusus atau hubungan yang tidak dapat dipahami jika kata-kata tersebut diuraikan secara harfiah. Contoh disfemisme bentuk ungkapan seperti, “apakah dia tahu cara merawat anak? Sepertinya dia lebih baik membiarkan anaknya sendiri”. Ungkapan “lebih baik anaknya sendiri” dalam konteks ini adalah disfemisme. Ungkapan ini digunakan untuk merendahkan dan menunjukkan bahwa ibu tersebut tidak mampu merawat anaknya dengan baik.

3. Mom Shaming

Kemajuan teknologi saat ini memang bermanfaat bagi semua orang, termasuk seorang ibu. Namun, tidak dapat dipungkiri dengan adanya dampak positif dapat memunculkan dampak negatif, seperti *mom shaming*. Terlepas dari perdebatan tentang standarisasi ibu ideal yang ada di masyarakat, masalah yang berkaitan dengan peran ibu tetap menjadi masalah. Perempuan sangat rentan terhadap *mom shaming*



karena posisi mereka dalam konstruksi sosial berkaitan dengan peran seorang ibu.

Fenomena *mom shaming* adalah praktik atau perilaku di mana orang lain, terutama di media sosial dan dalam kehidupan sehari-hari melakukan tindakan mengkritik, mengecam ibu (terutama ibu baru) atas berbagai aspek dalam pengasuhan anak, pilihan orang tua, penampilan fisik, dan hal lainnya. *Mom shaming* dapat merujuk pada kritik, komentar negatif, atau perlakuan yang merendahkan terhadap ibu atas tindakan atau keputusan yang mereka buat dalam menjaga anak mereka. Fenomena *mom shaming* dapat terjadi pada semua ibu, namun ibu selebriti atau *celebrity mom* lebih rentan terhadap *mom shaming* karena sorotan media dan publik pada kehidupan pribadi *celebrity mom* tersebut.

Fenomena *mom shaming* pada *celebrity mom* di media sosial Instagram dapat berkembang dan menjadi masalah yang signifikan. Instagram memungkinkan *celebrity mom* untuk berbagi momen pribadi mereka dengan pengikut mereka. Dengan mengunggah foto atau video yang menampilkan momen bersama anak. Ini membuat tindakan dan pilihan dalam *parenting celebrity mom* tersebut menjadi sorotan publik dan terbuka untuk mendapatkan komentar.

4. Teori New Media



New media atau media baru adalah istilah yang menggambarkan berbagai teknologi informasi dan komunikasi mutakhir yang muncul

sejak tahun 1990-an, saat komputer pribadi dan internet pertama kali populer. Istilah ‘media aru’ mencakup berbagai platform dan teknologi seperti media sosial, blog, podcast, video online, dan internet.

Menurut Mondry dalam (Ginting, Rahmanita, 2021) *new media* merupakan media yang menggunakan internet berbasis teknologi *online* dengan karakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi baik secara privat maupun publik. Teori *new media* atau teori media baru adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori media baru ini membahas tentang perkembangan media. Kemunculan media baru menjadi salah satu bukti kemajuan teknologi komunikasi yang baru dan digital.

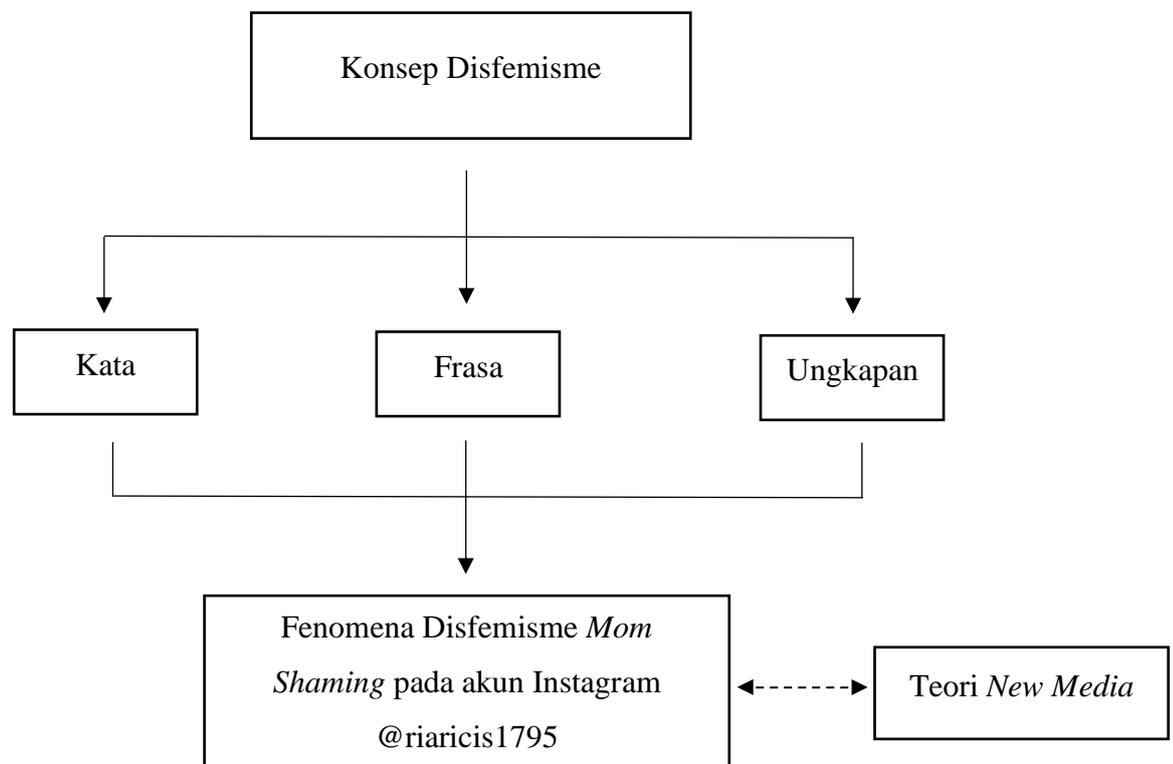
Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru yang dikenal dengan media konvergensi. Teori media baru menurut Pierre Levy terdapat dua pandangan, sebagai berikut:

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan model interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat bahwa *WWW (World Wide Web)* adalah sebagai wadah informasi yang fleksibel, dinamis, dan fleksibel sehingga dapat membuat manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru. Di mana model interaksi tatap muka merupakan model interaksi konvensional. Maka dari itu yang membedakan media baru adalah di mana media baru menciptakan ruang untuk penggunaanya dalam berinteraksi



dengan lebih fleksibel dan terdapat ruang untuk mendapatkan informasi secara terbuka.

2. Pandangan integrasi sosial, menurut Pierre Levy berkaitan dengan bagaimana teknologi informasi, terutama media baru dapat memengaruhi dan membentuk hubungan sosial dalam masyarakat. Pemikiran Pierre Levy tentang integrasi sosial dalam konteks media baru menekankan pentingnya teknologi informasi dalam membentuk cara manusia berkomunikasi, berkolaborasi, dan membentuk hubungan sosial dalam masyarakat yang semakin terkoneksi.



Gambar 1.5 Kerangka Konseptual



E. Definisi Konseptual

Untuk menghindari kesalahpahaman dan tidak menimbulkan kebingungan para pembaca dalam mengartikan istilah-istilah yang digunakan di dalam penelitian ini. Maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah tersebut. Ada beberapa istilah yang digunakan di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Instagram adalah platform berbasis gambar dan video yang memainkan peran dalam menyebarkan dan memperkuat fenomena disfemisme *mom shaming*.
2. Disfemisme adalah ungkapan dengan konotasi kasar, tidak sopan atau menyakitkan hati mengenai sesuatu atau seseorang atau keduanya.
3. *Mom shaming* adalah praktik di mana orang lain melakukan kritik atau mengecam seorang ibu atas berbagai aspek dalam pengasuhan anak atau *parenting*, pilihan orang tua, penampilan fisik, dan hal lainnya.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Proses penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 3 bulan, mulai dari Desember 2023 hingga Februari 2024. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki objek penelitian peran media sosial dan yang menjadi subjek penelitian adalah munculnya fenomena disfemisme *mom shaming*. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu



penulis menentukan sampel yang paling sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

Peneliti mengambil data dari unggahan konten foto atau video pada 3 akun *mom celebrity* yang mengalami fenomena *mom shaming* dari September 2022-2023. Kemudian, unggahan pada akun Instagram @riaricis1795 dari September 2022-2023. Dengan berfokus pada komentar di unggahan feed berupa konten foto atau video yang menampilkan aktivitas *parenting* yang dilakukan oleh Ria Ricis.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu bentuk penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data relevan yang diperoleh dari situasi alamiah. Istilah deskriptif dikatakan bahwa data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti kemudian di analisis dan di deskripsikan, bentuk data tersebut berupa kata-kata maupun gambar.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah netnografi. Netnografi adalah jenis lain dari etnografi di mana perkembangan komputer dan jaringan Internet mengubah aktivitas komunikasi tradisional menjadi aktivitas digital, (Sulianta, 2021). Metode penelitian ini digunakan untuk mengamati perilaku dan interaksi yang terkait dengan disfemisme *mom shaming* di Instagram dengan



melakukan observasi *online* dengan melihat komentar, unggahan, dan interaksi antar pengguna yang terkait dengan disfemisme perundungan yang dialami seorang ibu di media sosial.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan, maka teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi partisipatif (*participant observation*), teknik observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan berpartisipasi langsung dan aktif bermedia sosial khususnya media sosial Instagram. Pada tahap ini peneliti mengikuti 3 akun Instagram *celebrity mom*, dan akun Instagram @riaricis1795 dan secara aktif terlibat dalam melihat unggahan, komentar, dan interaksi dengan pengikut.
2. Dokumentasi, teknik ini dilakukan dengan melakukan pencatatan yang mengandung disfemisme *mom shaming* pada kolom komentar berikut:
 - a. Pada unggahan 3 akun Instagram *mom celebrity* yang mengalami fenomena *mom shaming*. Dokumentasi ini berupa tangkapan layar (*screenshot*) pada kolom komentar akun-akun Instagram tersebut.



- b. Pada unggahan akun Instagram @riaricis1795. Dokumentasi ini berupa tangkapan layar (*screenshot*) pada kolom komentar akun Instagram @riaricis1795.

**Tabel 1.1 Jumlah Postingan Instagram @riaricis1795
Periode September 2022 – 2023**

No	Jenis Postingan	Jumlah Postingan
1	Postingan bersama putrinya Moana periode September 2022 – 2023	71
2	Postingan bersama putrinya Moana yang terdapat disfemisme <i>mom shaming</i> periode September 2022 – 2023	21

3. Studi pustaka, teknik studi pustaka ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, artikel di internet, dan karya tulis ilmiah yang membantu hasil observasi partisipatif dan dokumentasi yang telah di transkrip.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis dari hasil pengumpulan data yang dilakukan. Data yang dikumpulkan



kemudian di analisis secara kualitatif untuk mendeskripsikan topik penelitian yang selanjutnya akan dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2019) yaitu:

a) Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat.

b) Reduksi data

Reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, dan keabsahan data yang telah dikumpulkan menjadi titik penting dari informasi, agar lebih mudah dalam penarikan kesimpulan. Selama proses reduksi data peneliti dapat melanjutkan ringkasan, pengkodean, menemukan tema, reduksi data berlangsung selama penelitian di lapangan sampai pelaporan penelitian selesai.

c) Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi berdasarkan aspek-aspek dalam penelitian. Penyajian data berupa hasil pengumpulan informasi yang disusun secara sistematis agar lebih mudah dipahami.

d) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dalam analisis data dengan hasil reduksi dan penyajian data dan tetap berdasarkan pada



rumusan masalah yang ingin dicapai. Data yang dikumpulkan dibandingkan antara satu dan yang lain untuk ditarik kesimpulannya sebagai jawaban dari rumusan masalah yang ada.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Disfemisme

1. Definisi Disfemisme

Disfemisme adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan ketidaksukaan atau merendahkan. Menurut (Laras, 2018) penggunaan disfemisme adalah upaya untuk menggantikan kata yang dianggap positif atau netral dengan kata lain yang dianggap kasar atau negatif. Penggunaan disfemisme digunakan untuk menunjukkan kejengkelan atau ketidaksukaan, menarik perhatian, mengungkapkan emosi, mengungkapkan rasa kesal, menghina atau merendahkan seseorang atau sesuatu, dan mengungkapkan penghinaan.

Menurut (Laili, 2017) disfemisme adalah ekspresi yang memiliki makna yang menyakitkan bagi orang yang berbicara, orang yang mendengar, atau keduanya. Penggunaan disfemisme ini dapat memperburuk keadaan, menyebabkan pendengar yang dituju merasa terganggu, risih, dan tersakiti. Penggunaan istilah ini digunakan untuk mengungkapkan hal-hal baik menjadi hal buruk.

Menurut Meilasari dalam (Widodo, 2021) disfemisme terkadang disebabkan oleh rasa takut dan rasa tidak suka. Disfemisme juga merupakan istilah yang menyakitkan yang digunakan oleh pembicara untuk menyerang lawan atau meluapkan kemarahan, kekecewaan, dan emosi negatif. Upaya menghaluskan sebuah kata disebut eufemia atau



eufemisme, sedangkan upaya mengasarkan disebut disfemia atau disfemisme.

Penggunaan disfemisme biasanya disebabkan oleh rasa benci dan rasa tidak hormat. Karena itu penutur biasanya memilih ungkapan disfemisme untuk berbicara tentang seseorang atau sesuatu yang tidak disukai dan sesuatu yang mengganggu mereka. Dengan ungkapan disfemisme tersebut mereka berharap dapat menunjukkan rasa tidak sukanya, menunjukkan kritiknya, mempermalukan serta merendahkan seseorang atau sesuatu yang dibencinya. Selain berfungsi untuk mengasarkan, disfemisme juga digunakan untuk memberi tekanan tetapi tanpa terasa kekasarannya.

Menurut (Chaer, 2010) disfemisme sengaja dilakukan untuk mencapai efek pembicaraan yang tegas. Hal ini dapat dilihat dari contoh kata ‘dituntut pidana’ diganti menjadi ‘dijerat’ atau urutan kata ‘memasukkan ke penjara’ diganti menjadi ‘menjebloskan ke penjara’. Dapat dikatakan bahwa disfemisme atau bentuk pengasaran ini digunakan untuk mengeraskan atau menguatkan sebuah makna. Penggunaan disfemisme menyebabkan kecenderungan rasa tertentu. seperti rasa menakutkan, mengerikan, menakutkan, menjijikkan, dan menyeramkan.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan disfemisme adalah ungkapan dengan konotasi kasar yang digunakan untuk menunjukkan rasa ketidaksukaan ataupun untuk merendahkan. Disfemisme dapat ditemukan dapat pada media sosial Instagram terutama



pada kolom komentar sebuah unggahan, terutama yang terkait dengan orang-orang yang kontroversial atau menjadi sorotan publik. Dalam konteks Instagram, penggunaan disfemisme ini dapat memberikan efek negatif pada sesuatu yang positif dan memperlihatkan kebencian seseorang melalui komentar-komentar yang ditujukan kepada orang tertentu.

2. Bentuk Pemakaian Disfemisme

Bentuk pemakaian disfemisme menurut (Chaer, 2010) terbagi menjadi tiga bentuk pemakaian dapat dilihat sebagai berikut:

a. Kata

Menurut Ramlan dalam (Asmi, 2013) kata merupakan bentuk bebas yang paling sedikit atau dengan kata lain setiap suatu bentuk bebas merupakan suatu kata. Kata-kata dapat dibentuk secara terpisah atau bersama untuk membentuk frasa, kalimat, dan teks. Contoh bentuk pemakaian disfemisme kata seperti 'kepala batu' penggunaan disfemisme kata ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang 'keras kepala' atau tidak mau mendengarkan saran orang lain, dan disfemisme kata 'nyinyir' penggunaan disfemisme kata ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang suka mengkritik atau mengomentari orang lain dengan cara yang tidak sopan. Bentuk pemakaian disfemisme berupa kata ini dapat dilihat pada kalimat berikut:



- 1) Tidak ada gunanya mencoba memberi saran pada Olin, dia memang punya ‘kepala batu’.
- 2) Tidak usah dengarkan Dofi, dia itu selalu ‘nyinyir’ tentang kehidupan orang lain.

b. Frasa

Menurut Parera dalam (Widodo, 2021) frasa adalah suatu konstruksi yang dapat dibentuk oleh dua kata atau lebih, baik dalam bentuk sebuah pola dasar kalimat maupun tidak. Frasa belum membentuk kalimat tunggal. Contoh bentuk pemakaian disfemisme frasa seperti “makan gaji buta” penggunaan disfemisme frasa ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang tidak bekerja dengan baik atau semestinya, dan penggunaan disfemisme frasa ‘muka dua’ penggunaan frasa ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang tidak jujur. Bentuk pemakaian disfemisme berupa frasa ini dapat dilihat pada kalimat berikut:

- 1) Wawan sering bolos dan memberikan pekerjaannya kepada orang lain, pasti ‘makan gaji buta’.
- 2) Jangan percaya sama ucapan Endi, dia itu aslinya ‘muka dua’.

c. Ungkapan

Dalam bahasa, ungkapan adalah gabungan kata atau frasa yang digunakan dalam sebuah situasi tertentu untuk mengkiaskan



suatu hal. Ungkapan terbentuk dari gabungan dua kata atau lebih. Contoh bentuk pemakaian disfemisme ungkapan seperti ‘mulutnya ibarat gudang omong kosong’ penggunaan disfemisme ungkapan ini menyiratkan seseorang yang suka berbicara tanpa isi atau makna yang tidak jelas, dan penggunaan disfemisme ungkapan ‘pelacur’ penggunaan disfemisme ungkapan ini digunakan kepada wanita tuna susila. Bentuk pemakaian disfemisme berupa ungkapan ini dapat dilihat pada kalimat berikut:

- 1) Alan saat rapat hanya duduk dan membuka mulutnya, ucapan yang keluar itu ‘ibarat gudang omong kosong’.
- 2) Dia berperilaku buruk begitu seperti ‘pelacur’ saja.

3. Fungsi Penggunaan Disfemisme

Menurut (Laili, 2017) menjelaskan fungsi penggunaan disfemisme dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Menyakiti orang yang dituju

Penggunaan kata-kata kasar atau merendahkan hanya akan meningkatkan konflik, merusak hubungan, dan menciptakan ketidaknyamanan. Dalam beberapa situasi, seseorang mungkin berusaha untuk ‘menyakiti’ orang lain dengan disfemisme karena kemarahan, ketidakpuasan, atau konflik interpersonal.

b. Menuduh atau menggugat



Penggunaan disfemisme dalam menuduh atau menggugat orang lain dapat terjadi dalam situasi di mana seseorang ingin mengekspresikan ketidakpuasan atau kemarahan secara kuat. Beberapa orang mungkin menggunakan disfemisme dalam upaya untuk menyoroti ketidaksetujuan atau kritik dengan cara yang tajam atau merendahkan. Ada beberapa alasan mengapa menggunakan disfemisme dalam konteks menuduh atau menggugat seperti ekspresi emosi dan mengekspresikan ketidaksetujuan yang kuat.

c. Mengkritik

Penggunaan disfemisme dalam konteks kritik mungkin dapat terjadi ketika seseorang ingin mengekspresikan ketidakpuasan, ketidaksetujuan, atau kritik dengan cara yang lebih tajam atau merendahkan. Ada beberapa alasan yang dapat mendasari penggunaan disfemisme ini dapat terjadi seperti mengekspresikan kritik yang tegas, menyiratkan kekecewaan atau frustrasi yang mendalam, dan menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat.

d. Mengutuk atau melaknat

Penggunaan disfemisme dalam konteks mengutuk atau melaknat bisa saja dilakukan untuk mengekspresikan kemarahan, ketidakpuasan, atau kekecewaan dengan cara yang lebih tajam atau merendahkan. Ada beberapa alasan di balik penggunaan disfemisme mengutuk atau melaknat seperti ekspresi kemarahan



atau kekecewaan yang intens, mengekspresikan frustrasi atau putus asa, dan menyampaikan kritik dengan nada yang sangat tegas.

e. Mengekspresikan ketidakpedulian

Penggunaan disfemisme ini digunakan untuk mengekspresikan ketidakpedulian dapat muncul dalam beberapa konteks. Disfemisme ini dapat menimbulkan suasana yang tidak nyaman dan dapat merugikan hubungan interpersonal. Ada beberapa alasan di balik penggunaan disfemisme ini seperti menyampaikan rasa tidak peduli, menunjukkan sikap acuh tak acuh, dan menggambarkan ketiadaan minat atau perhatian.

f. Mengekspresikan pembangkangan.

Penggunaan disfemisme dalam konteks ekspresi pembangkangan ini dapat terjadi sebagai upaya untuk menyatakan ketidaksetujuan dengan cara yang tajam atau merendahkan. Ada beberapa alasan di balik penggunaan disfemisme ini dapat terjadi seperti menyatakan ketidaksetujuan yang tegas, menunjukkan sikap pembangkangan atau perlawanan, mengekspresikan keketatan dan kecaman, dan mengekspresikan ketiadaan kepatuhan.

1. Faktor Penyebab Penggunaan Disfemisme di Media Sosial

Disfemisme yang merupakan istilah yang memiliki konotasi kasar, tidak sopan, atau menyakitkan hati, pada umumnya digunakan sebagai senjata untuk menghadapi orang lain sekaligus untuk melepaskan kemarahan dan



kekesalan. Usaha untuk mengasarkankan atau disfemisme ini sengaja dilakukan juga untuk membuat pembicaraan menjadi tegas. Media sosial dapat menjadi ruang tumbuh untuk kebiasaan melakukan disfemisme. Disfemisme biasanya digunakan netizen sebagai sarana untuk mengungkapkan rasa jengkel, kecewa pada sesuatu atau seseorang.

Menurut (Samsudin & Ahmad, 2018) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya disfemisme di media sosial, dapat dilihat sebagai berikut:

a. Akses terhadap identitas diri netizen terbatas

Komentar kasar di ranah publik termasuk media sosial Instagram, di mana siapa pun bisa membacanya tidak menjadi alasan yang membuat penggunaan disfemisme di media sosial berkurang atau menghilang. Identitas seseorang saat melakukan disfemisme di berbagai media sosial termasuk Instagram sangat terbatas untuk diakses oleh orang lain, bahkan dapat berganti atau berubah-ubah kapan saja. Hal ini dapat menjadi faktor penyebab penggunaan disfemisme di media sosial tanpa memperhatikan lagi standar norma dan etika berkomunikasi.

b. Tidak menyadari risiko hukum di media sosial

Komentar yang dibuat oleh netizen di media sosial termasuk Instagram tidak didasarkan pada pengetahuan tentang konsekuensi hukum yang dapat dihasilkan dari komentar tersebut. Netizen yang memberikan komentar disfemisme tidak



paham akan risiko hukum dari tindakannya tersebut. Netizen dengan bebas menanggapi sesuatu dengan cara yang tidak santun, sering memaki, mengumpat, bahkan terang-terangan menghina dengan menyebut orang sebagai binatang, goblok, dan kata-kata dan ungkapan tidak pantas lainnya.

B. *Mom Shaming*

1. Definisi *Mom Shaming*

Standarisasi yang berasal dari nilai-nilai dominan di masyarakat, mendorong individu dan kelompok untuk membuat hal yang ideal atas hal sebagai ibu dan istri yang mempunyai tugas untuk melayani suami. Hal ini dapat menimbulkan sebuah fenomena *mom shaming*. “*Mom shaming*” berasal dari kata “*mom*” yang berarti ibu, dan “*shame*” yang berarti perasaan malu atau menyakitkan, atau juga diartikan sebagai penghinaan. Oleh karena itu, *mom shaming* adalah perilaku kritik yang dilontarkan kepada seorang ibu oleh orang lain, yang dapat mempermalukan, merendahkan, menghina, atau bahkan membuatnya merasa terluka.

Menurut (Eriksson & Lennermo, 2018) *mom shaming* adalah istilah yang menggambarkan fenomena ketika perempuan dikritik karena cara mereka berperan sebagai ibu. Salah satu bentuk *mom shaming* dapat berupa sindiran, pernyataan, atau kritik yang merendahkan dengan tujuan mempermalukan seorang ibu secara khusus, baik secara lisan maupun lisan. Istilah lain yang sering digunakan untuk *mom shaming* adalah *arent shaming* atau *mother guilt*.



Mengutip data yang ditemukan Adiyanto & Afiati tahun 2020 dari Universitas Michigan di Amerika Serikat terkait penelitiannya dengan Rumah Sakit Anak C.S Mott menunjukkan bahwa 61% dari 475 perempuan menjadi korban *mom shaming*. *Mom shaming* yang terjadi di masyarakat biasanya dialami oleh para ibu muda karena dianggap belum memiliki pengalaman mengasuh anak, sehingga kritik dan komentar yang diterima kebanyakan dari ibu-ibu yang sudah memiliki anak lebih dari satu dan dianggap berpengalaman.

Perilaku *mom shaming* merupakan sebuah tindakan berdalih kritik yang mempermalukan seorang ibu tentang gaya pengasuhan anak dengan memosisikan diri sendiri adalah sosok yang lebih baik dalam mengasuh anak. Contoh dari perilaku *mom shaming* dapat berupa ucapan seperti “bunda, kok anaknya dikasih susu formula? Bukan dikasih asi eksklusif saja?”, “bunda, kok anaknya dikasih makan itu sih? Engga takut ganggu pencernaan apa?”, dan lain sebagainya. Hal ini hanya salah satu contoh, dari bentuk lain *mom shaming* baik dalam bentuk ucapan maupun tindakan.

Mom shaming termasuk ke dalam bentuk *bullying* yang sering dijumpai yaitu *verbal bullying*, yaitu perilaku agresi atau penindasan terhadap seorang melalui bahasa atau ucapan. *Mom shaming* sering dilakukan oleh orang-orang terdekat karena dianggap sudah cukup dekat dan berpengalaman dalam mengasuh anak. Tindakan ini jarang mempengaruhi fisik seorang ibu, tetapi lebih sering mempengaruhi



psikologi dan perasaan mereka, dan menyebabkan perasaan kecewa, malu, hingga stres.

2. Bentuk-Bentuk *Mom Shaming*

Mom shaming mengacu pada penghakiman atau kritik yang diberikan kepada ibu oleh orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, terkait dengan keputusan yang dipilih untuk merawat anak mereka. Bentuk *mom shaming* bervariasi dan dapat terjadi dalam berbagai situasi. Berikut beberapa contoh bentuk penghinaan terhadap ibu atau *mom shaming*:

- a. Pilihan menyusui atau memberi susu formula

Mom shaming sering dikaitkan dengan keputusan seorang ibu untuk menyusui atau memberi susu formula. Ibu yang menyusui dapat dihakimi karena menyusui di tempat umum atau sebaliknya, sedangkan ibu yang memberi susu formula dapat dianggap tidak memberikan nutrisi yang tepat untuk anak.

- b. Pilihan pengasuhan dan pekerjaan

Seorang ibu yang memilih menjadi ibu rumah tangga atau bekerja penuh sering dihina oleh orang lain. Beberapa orang mungkin mengkritik ibu yang bekerja karena tidak memberikan perhatian yang cukup kepada anak. Sementara ibu yang memilih tidak bekerja dianggap kurang ambisius.



c. Penampilan fisik

Penampilan fisik seorang ibu setelah melahirkan juga dapat dikaitkan dengan *mom shaming*. Hal ini dapat membuat ibu tersebut merasa tidak nyaman dan tidak percaya diri jika mereka mempertanyakan tanda-tanda kehamilan seperti berat badan, penampilan, atau tanda-tanda kehamilan yang masih terlihat .

d. Pilihan pendidikan

Seorang ibu dapat mengalami *mom shaming* karena keputusan mereka tentang pendidikan anak mereka. Semuanya dapat menjadi pertimbangan penting, mulai dari pemilihan sekolah, metode pengajaran, hingga keputusan untuk *homeschooling*.

e. Kesehatan dan keamanan anak

Keputusan ibu tentang vaksinasi, pola makan, dan teknik pengasuhan tertentu (seperti *co-sleeping*) juga dapat menjadi alasan untuk menjadi sumber *mom shaming*. Orang tua dapat dihakimi karena pilihan mereka yang bertentangan dengan pendapat orang lain tentang kesehatan dan keamanan anak.

f. Penggunaan teknologi

Ibu yang memberikan anak mereka menggunakan perangkat teknologi seperti tablet atau *smartphone* mungkin dianggap kurang peduli terhadap pengasuhan anak mereka. Sedangkan, sebaliknya, ibu yang tidak memberikan akses ke teknologi juga bisa mengalami *mom shaming*.



g. Penyajian makanan

Cara ibu memberikan makan kepada anak-anak, termasuk jenis makanan yang diberikan dapat menjadi sumber kritik. Misalnya, penggunaan makanan instan atau makanan siap saji dapat memicu *mom shaming*.

3. Faktor Penyebab *Mom Shaming* di Media Sosial Instagram

Menurut korban *mom shaming* biasanya dialami oleh *new mom* yang baru memiliki anak pertama. Karena statusnya yang baru memiliki anak, *new mom* sering kali menjadi sasaran kritik dari ibu-ibu yang lebih senior mengenai pilihan pola asuhnya. Ibu-ibu yang lebih senior atau memiliki anak lebih dari satu dan dianggap memiliki lebih banyak pengalaman membuat mereka merasa perlu melakukan kritik ketika mereka merasa lebih tahu atau benar mengenai cara asuh anak. Tindakan *mom shaming* yang terjadi biasanya melibatkan orang terdekat korban sebagai pelakunya seperti teman, sahabat saudara, orang tua, mertua hingga suami korban sendiri.

Media sosial memberikan ruang bagi seluruh ibu untuk terhubung satu sama lain melalui unggahan mereka, mulai dari pengalaman kehamilan, pengalaman mengasuh anak, hingga pengalaman mendidik anak. Selain itu, para ibu dapat menandai, menanggapi, dan membagikan unggahan satu sama lain di platform media sosial seperti Instagram. Namun, dengan lebihnya yang ada *mom shaming* dapat terjadi lebih mudah, pelaku dapat berasal dari siapa saja, mulai dari orang terdekat hingga dari orang yang



tidak dikenal sekalipun. Media sosial yang difokuskan pada penelitian ini adalah Instagram.

Mom shaming di media sosial Instagram memiliki beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab seperti aspek sosial, budaya, dan teknologi. *Celebrity mom* sering kali lebih rentan terdampak *mom shaming* di Instagram, karena eksposur mereka di media sosial dan publik sangat tinggi. Berikut beberapa faktor penyebab *mom shaming* di media sosial Instagram:

a. Standar yang tidak realistis

Perbandingan antara para ibu sering kali dapat menjadi penyebab *mom shaming*. Seorang ibu dapat mengalami rasa bersalah jika mereka merasa tidak mampu untuk memenuhi persyaratan ideal sebagai seorang ibu. Walaupun tidak disadari sepenuhnya tetapi sebuah perbandingan atas persyaratan sebuah standar yang tidak mencukupi dapat menyebabkan *mom shaming*.

b. Perbandingan sosial

Perbandingan status sosial atau ekonomi dapat menjadi sebuah faktor menyebabkan *mom shaming*. Seorang ibu dapat merasa dihakimi atau dikecam oleh masyarakat ketika ia tidak dapat kurang mampu untuk menyediakan kehidupan yang “ideal” untuk anaknya.

c. Anonimitas dan ketidakpedulian

Media sosial memungkinkan untuk berbagi pendapat atau kritik tanpa memikirkan dampak atau akibatnya. Ketidakpedulian atas



komentar yang dibuat dengan akun palsu atau anonim dapat memperkuat *mom shaming* karena orang tersebut tidak harus bertanggung jawab atas tindakan mereka.

d. Teknologi dan akses informasi

Sebuah opini dan informasi dapat bergerak dengan cepat di antar pengguna media sosial. Hal ini dapat menyebabkan kritik terhadap ibu dapat menyebar dengan cepat. Ketergantungan akan teknologi dapat memperkuat *mom shaming* karena seorang ibu dapat dengan mudah membandingkan diri mereka dengan standar yang tidak realistis yang didapatkan dari media sosial.

C. *New Media*

1. Definisi *New Media*

Istilah *new media* muncul sejak tahun 1980 ketika media dan komunikasi mulai berubah dan akan terus mengalami perkembangan atau perubahan teknologi. Menurut Pierre Levy dalam (Herlina, 2017) seorang yang mengembangkan teori *new media* atau media baru mengatakan bahwa *new media* adalah sebuah teori yang membahas perkembangan media. Media baru sangat berbeda dari media konvensional, yang terdiri dari media cetak seperti koran, majalah, dan lain sebagainya. Serta berbeda juga dengan media elektronik seperti radio, televisi, dan lain sebagainya.

Menurut McQuail dalam (Mardiana & Ratnawati, 2023) media baru merupakan teknologi komunikasi yang memiliki ciri tertentu, dengan sistem digitalisasi dan memiliki ketersediaan yang luas sebagai alat komunikasi.



Sedangkan, menurut R Cahyo Prabowo dalam (Rusni, 2017) *new media* adalah sebuah alat yang menjadi sarana komunikasi di mana di dalamnya terdapat salin interaksi, bertukar pendapat, bertukar informasi, mengetahui berita melalui jaringan internet, dan informasi baru yang tersebar dengan cepat, efisien, serta ringkas.

New media adalah sebuah perubahan pola komunikasi dari semua komunikator langsung yang dibatasi oleh ruang dan jarak menjadi sebuah perangkat jaringan global yang menggunakan teknologi komunikasi dan informasi tanpa batasan ruang dan jarak. Menurut Lev Manovich dalam (Suryoprakoso dkk, 2023) media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media massa di masyarakat. *New media* memberikan perubahan dalam model distribusi informasi yang dibantu oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model aplikasi.

Menurut (Yudha & Rahma, 2023) istilah ‘media’ memiliki kecenderungan untuk memunculkan gambaran tentang sara yang dibantu oleh teknologi ketika digunakan. Seperti surat kabar yang mewakili media cetak, radio yang mewakili media audio (siaran), televisi yang mewakili media elektronik (media audio visual), dan internet yang mewakili media online, yang juga disebut sebagai media baru atau *new media*. Media baru adalah bukti nyata dari perkembangan teknologi komunikasi yang bisa langsung dirasakan.

Mondry dalam (Widyaningrum, 2016) mengatakan bahwa *new media* adalah media yang menggunakan internet, media online berbasis



teknologi, memiliki karakter yang fleksibel, interaktif, dan dapat berfungsi secara privat. Sebagai bagian dari *new media*, internet menyediakan banyak situs yang dapat diakses oleh pengguna internet sesuai dengan kebutuhan. Internet memiliki peran penting sebagai media komunikasi yakni sebagai (*channel*) alat untuk menyampaikan pesan (*message*) antara komunikator dan komunikan.

Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Menurut Internet Society (ISOC) dalam (Yudha & Rahma, 2023) internet didefinisikan sebagai kemampuan menyampaikan informasi global yang cepat, mekanisme penyebaran informasi dan media kolaborasi dan interaksi antara individu dan komputer mereka tanpa melihat lokasi secara geografis. Tidak hanya menggunakan komputer atau laptop tetapi mengakses internet dapat memberikan berbagai kemudahan ditawarkan melalui handphone.

2. Teori *New Media*

Abad ke-20 disebut sebagai zaman media massa. Ini ditandai dengan perubahan dan ketakutan terhadap pengaruh media massa. Media massa berkembang begitu cepat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. komunikasi massa semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih besar dari sebelumnya. Hal ini ditandai dengan kemunculan media baru atau *new media*.

Sejak tahun 1960-an, istilah “media baru” atau “*new media*” telah digunakan untuk merujuk pada berbagai teknologi komunikasi yang



menjadi lebih canggih dan bervariasi dari waktu ke waktu. Istilah ini masih diterima secara luas hingga saat ini. Di dalam buku Denis McQuail Teori Komunikasi Massa menjelaskan bahwa “Media Baru atau *New Media* merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.”

Menurut (McQuail, 2011) *new media* terdiri dari dua kata, "new", yang berarti "baru" dan "media", yang berarti "perantara." Oleh karena itu, *new media* adalah media yang terbentuk dari interaksi antara orang dengan komputer dan internet seperti web, blog, sosial media, koran digital, dll. Pada akhir abad kedua puluh tahun, istilah "*new media*" muncul untuk menggambarkan jenis media baru yang menggabungkan internet dan media konvensional. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kehidupan sosial masyarakat dipengaruhi oleh media baru.

Dijelaskan lebih lanjut menurut (McQuail, 2011) media baru memiliki ciri utama yaitu adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Selain Denis McQuail, tokoh yang dianggap berjasa dalam memperkenalkan *new media* adalah Marshall McLuhan, meskipun makna yang diberikannya berbeda dengan makna yang dimaksud dengan



new media saat ini. Bagi Marshall McLuhan, perkembangan *new media* berpuncak pada era *media massa modern*.

Berbagai inovasi pada media lama yang sudah tidak relevan lagi dengan kemajuan teknologi saat ini memunculkan media baru. Media lama seperti buku, koran, majalah, dan televisi, tidak hilang begitu saja, melainkan berubah dan berevolusi ke dalam bentuk yang baru. Menurut (Flew, 2008) mendefinisikan *new media* yang ditekankan pada *forms* atau format isi media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital, yang kemudian ditambahkan pada sistem penyebarannya yaitu melalui jaringan internet.

Menurut (McQuail, 2011) perbedaan antara media baru dan lama adalah bahwa media baru mengabaikan batasan model percetakan dan penyiaran sembari memfasilitasi percakapan banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, mengubah dan mendistribusikan ulang objek-objek budaya, memungkinkan terjadi kontak global secara instan, dan mengintegrasikan subjek-subjek kontemporer atau modern akhir ke dalam mesin aparat yang terhubung ke dalam jaringan.

3. Karakteristik *New Media*

Menurut (Lister, 2009) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

1) Digital

Karakteristik digital adalah peralihan dari media analog. Sifat digital dalam *new media* memungkinkan konten disajikan dalam



format elektronik yang dapat diakses dan didistribusikan secara luas melalui internet. Contohnya seperti platform media sosial Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi konten digital seperti foto dan video dengan pengikut mereka dengan cepat dan mudah.

2) Interaktif

Karakteristik ini mengacu pada kemampuan pengguna untuk berpartisipasi dalam pembuatan, distribusi, dan konsumsi konten media. Karakteristik ini memungkinkan untuk semua orang, termasuk pembaca awam dapat terlibat langsung dalam proses diskusi atau saling mengomentari sesuatu.

3) Hyperteks

Hyperteks dalam *new media* merujuk pada struktur non-linier dari dokumen elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk terhubung ke informasi terkait atau terkait secara langsung dengan mengklik tautan atau *hyperlink*. Contoh praktis dari hiperteks dalam *new media* adalah *website*, blog, artikel online, dan dokumen digital lainnya yang menggunakan tautan untuk menghubungkan konten yang terkait.

4) Jaringan

Jaringan dalam karakteristik *new media* merujuk pada interaksi dan koneksi antara pengguna dalam lingkungan digital. Jaringan memungkinkan komunikasi, kolaborasi, dan pertukaran informasi



antara individu atau kelompok di platform *new media*. Contoh pada media sosial Instagram di mana pengguna dapat mengikuti, berteman, atau berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat atau hubungan yang sama.

5) Virtual

Karakteristik *new media* ini terkait dengan upaya untuk menciptakan dunia virtual yang diciptakan dengan keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis, komputer, dan video digital. Virtual juga dimaksudkan dengan objek atau benda yang dapat dilihat terus-menerus, tidak seperti majalah dan lain sebagainya.

6) Simulasi

Simulasi merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa atau kejadian, objek, atau hal yang dapat membantu memahaminya tanpa harus mengalami kejadian langsung. Dengan adanya virtualisasi dan teknologi digital, *new media* dapat menghadirkan sebuah simulasi suatu objek atau peristiwa.

D. Instagram

1. Definisi Instagram

Instagram adalah aplikasi seluler yang berjalan di iOS, *Android*, dan *Windows Phone* dan memungkinkan pengguna untuk mengambil, mengedit, dan berbagi gambar dan video ke halaman utama Instagram serta platform media sosial lainnya. Kata Instagram sendiri berasal dari kata “insta”, yang



berarti “instan” yang berarti segera atau instan, dan “gram” yang diambil dari kata “telegram” yang mengacu pada komunikasi cepat atau pesan yang dikirim secara elektronik. Instagram, yang menggabungkan dua kata tersebut, mengacu pada gagasan berbagi gambar dan video platform digital secara instan. Nama ini mencerminkan salah satu karakteristik dari platform ini yaitu kemampuan untuk berbagi momen secara instan dengan pengguna lain.

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video secara online. Diluncurkan pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet, platform ini yang awalnya berfokus pada berbagi foto dengan filter untuk meningkatkan kualitas visualnya, namun sekarang telah berkembang menjadi platform yang lebih luas dengan berbagi fitur yang ada.

Menurut Bambang dalam (Prमितasari & Fithrah Ali, 2018) Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.



Menurut (Purwani, 2021) kemunculan Instagram disiapkan khusus untuk setiap orang yang memiliki hobi di bidang fotografi. Hal tersebut terlihat dari menu yang digunakan untuk mengolah foto di Instagram. Adanya fungsi pengolahan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Instagram juga merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk mengekspresikan diri melalui berbagai macam ide foto sekaligus ajang untuk menunjukkan *self identity* serta membangun relasi.

Ketika Instagram pertama kali diluncurkan secara resmi pada bulan Oktober 2010, Instagram hanya tersedia untuk pengguna perangkat seluler berbasis iOS. Selanjutnya, pada April 2012, aplikasi ini dirilis untuk ponsel berbasis *Android* dan diikuti oleh situs web pada November 2012, sebelum akhirnya dirilis sebagai aplikasi untuk ponsel berbasis Windows 10 Mobile pada April 2016.

Mike Krieger dan Kevin Systrom memilih untuk memfokuskan pengembangan Instagram di San Francisco pada *check-in* HTML5 multi-fitur untuk fotografi seluler. Mike Krieger dan Kevin Systrom tidak mengira Instagram akan menjadi sangat populer dan menjadi album foto online pada saat itu. Systrom dan Krieger mulai menguji ide mereka dengan beberapa foto eksperimental, meskipun Instagram belum tersedia untuk umum pada awal pembuatannya.

Diumumkan pada 9 April 2012 bahwa Facebook telah mencapai kesepakatan untuk membeli Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar. Instagram dapat berfungsi sebagai platform di mana orang dapat



menemukan berbagai informasi dan berita, hiburan, iklan produk, dan aktivitas sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat berfungsi sebagai platform untuk mendapatkan eksistensi bagi mereka yang menggunakannya. Mereka dapat membagikan informasi kepada teman lama dan teman baru dengan mengunggah foto dan video.

2. Fitur – Fitur Instagram

Berikut adalah beberapa fitur-fitur dan komponen utama yang dimiliki Instagram:

1) Halaman Utama (*Home Page*)

Home Page adalah halaman utama yang menampilkan *timeline* atau foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Kurang lebih sekitar 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2) Profil Pengguna

Profil pribadi setiap pengguna terdiri dari foto profil, nama pengguna atau *username*, bio singkat, dan tautan ke situs web atau platform lain jika diinginkan. Selain itu, fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diunggah, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

3) Berbagi Foto dan Video

Pengguna dapat mengunggah foto atau video dari galeri ponsel mereka atau pengguna dapat mengambil foto atau merekam video secara langsung melalui aplikasi Instagram. Mereka juga dapat



menambahkan teks, stiker, filter, lokasi, musik, dan efek lainnya sebelum mengunggah.

4) *Feed* (Beranda)

Feed adalah tempat menampilkan unggahan terbaru dari akun-akun yang diikuti oleh pengguna. Postingan dapat muncul dalam urutan kronologis terbaik atau sesuai dengan algoritma Instagram yang memperhitungkan interaksi dan preferensi pengguna. Menurut (Atmoko, 2017), ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu:

- **Judul**

Judul atau *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

- ***Hashtag***

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

- **Lokasi**

Lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan *photo sharing*, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena dapat saling berinteraksi antara sesama.



5) *Stories* (cerita)

Fitur *stories* memungkinkan pengguna untuk membagikan foto atau video yang akan hilang dalam 24 jam setelah diunggah. Dengan fitur ini, pengguna dapat berbagi konten yang lebih tidak resmi atau momen sehari-hari.

6) *Reels*

Reels adalah salah satu fitur untuk membuat atau membagikan video pendek dengan durasi 15-90 detik. Pengguna dapat menambahkan musik, efek, dan teks ke dalam video yang dibagikan. Berbeda dengan video pada feed yang memiliki durasi video 3-60 detik.

7) IGTV (Instagram TV)

IGTV memungkinkan pengguna untuk membagikan video yang lebih panjang daripada yang diizinkan dalam video unggahan biasa. IGTV memiliki durasi hingga 60 menit.

8) Penyaring Interaksi (*Interactions Filter*)

Penyaringan interaksi memungkinkan pengguna untuk menyaring komentar, pesan langsung, dan permintaan untuk mengelola interaksi dengan pengikut dan pengguna lainnya.

9) *Explore* (Temukan)

Bagian “*Explore*” memungkinkan pengguna menemukan konten yang relevan dan menarik. Ini termasuk menemukan konten baru, rekomendasi berdasarkan aktivitas pengguna, *trending* dan *viral*



content, konten berdasarkan lokasi dan *hashtag*, konten berdasarkan kategori, dan juga dapat menemukan akun baru.

10) *Direct Messaging* (DM)

Direct Message atau DM memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, foto, video, suara atau stiker kepada pengguna lain atau grup yang dibuat.

11) *Live* (Siaran Langsung)

Fitur *Live* memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung video secara *real-time* kepada pengikut mereka, pengikut berinteraksi langsung dengan penyiar.

3. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

Menurut (Mahendra, 2017), sebagai salah satu media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai, tentunya Instagram memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan, berikut penjabarannya:

Kelebihan Instagram:

1. Mudah digunakan

Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Mengunggah foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan sangat praktis.



2. Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal unggahan melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik. Visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan.

3. Koneksi dengan media sosial yang lain

Kelebihan Instagram yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media membentuk kemudahan tersendiri untuk para penggunanya. Jadi dapat menghemat ketika karena tidak perlu melakukan unggahan berkali-kali pada media sosial lain.

Kekurangan Instagram:

1. *Spamming*

Kemudahan yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa diatasi menggunakan memberlakukan *private* di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di unggahan.

2. Tidak adanya penyaring konten

Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut menjadikan Instagram sangat mudah dimasuk orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

