

## Komunikasi Verbal *Body Shaming* di Media Sosial *Twitter* terhadap Kepercayaan Diri Remaja

Shavira<sup>1</sup>, Roswita Oktavianti<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: shavira.915190256@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: roswitao@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

### Abstract

*Bullying of body shaming is increasingly prevalent on Twitter. With the existence of social media, bullying often occurs in cyberspace. Verbal communication is communication that is carried out orally or in writing. Verbal communication on Twitter uses writing. Body shaming is bullying that targets body shape, skin color, and body hair. Meanwhile, what is meant by self-confidence is a strong feeling of trust in one's own abilities. The purpose of this study was to find out if there was any influence of verbal body shaming communication on Twitter social media on adolescent self-confidence. The independent variable in this study is verbal communication and the dependent variable is self-confidence. The approach used for this research is a quantitative approach using a questionnaire method that is spread on social media Twitter. The results of this study show that there is no influence between verbal communication on Twitter social media and adolescent self-confidence. Usually, the perpetrator of body shaming only sees from 1 post that does not represent the overall state of the victim. There are also not a few Twitter users who use pseudonymous identities. What's more, Twitter is limited to 240 characters per tweet.*

**Keywords:** *body shaming, self-confidence, verbal communication*

### Abstrak

Perundungan (*bully*) *body shaming* semakin marak di *Twitter*. Dengan adanya media sosial, perundungan sering terjadi di dunia maya. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang dilakukan secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal di *Twitter* menggunakan tulisan. *Body shaming* merupakan perundungan yang menargetkan bentuk tubuh, warna kulit, dan rambut tubuh. Sedangkan yang dimaksud dengan kepercayaan diri adalah perasaan percaya yang kuat terhadap kemampuan diri sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh komunikasi verbal *body shaming* di media sosial *Twitter* terhadap kepercayaan diri remaja. Variabel independen dalam penelitian ini adalah komunikasi verbal dan variabel dependennya adalah kepercayaan diri. Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner yang disebar di media sosial *Twitter*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara komunikasi verbal di media sosial *Twitter* dengan kepercayaan diri remaja. Biasanya, pelaku *body shaming* hanya melihat dari 1 unggahan yang tidak mewakili keadaan korban secara keseluruhan. Juga tidak sedikit pengguna *Twitter* yang menggunakan identitas samaran. Terlebih, *Twitter* dibatasi hanya 240 karakter setiap *tweet*nya.

**Kata Kunci:** *body shaming, kepercayaan diri, komunikasi verbal*

## 1. Pendahuluan

Dari banyaknya kasus perundungan, pengertian dari perundungan merupakan perbuatan sewenang-wenang yang tidak menyenangkan oleh orang atau sekelompok orang yang berkuasa secara fisik, verbal ataupun psikologis yang menyebabkan korban merasa tersiksa dan trauma. (Zakiyah et al., 2017). Perundungan juga banyak tidak disadari oleh orang-orang adalah *body shaming*. Pendapat Gilbert menyatakan, *body shaming* merupakan tindakan mengolok-olok, menghina fisik dan penampilan seseorang (Lestari, 2019). *Body shaming* merupakan hinaan-hinaan fisik dari seseorang yang meliputi berat badan, warna kulit, bentuk wajah, dan lain-lain.

Untuk meminimalisir akibat buruk dari *body shaming*, Indonesia menetapkan pasal 315 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana tentang penghinaan ringan sebagai aturan hukum bagi pelaku. Dan dikenakan sanksi pasal 27 ayat (3) UU No. 19 tahun 2016 tentang ITE apabila dilakukan di media sosial (Anggaraini & Gunawan, 2019).

Aksi *cyber bullying* dapat juga dikenakan hukum Undang-Undang ITE nomor 11 tahun 2008. Namun, meskipun sudah ada undang-undangnya, kesadaran masyarakat mengenai aksi perundungan khususnya *body shaming* masih rendah, baik dari kesadaran pelaku maupun korban. Pelaku sering kali tidak sadar bahwa yang dikatakan merupakan bentuk *body shaming* karena dianggap sebuah opini belaka dan bukan ejekan atau yang sering terjadi dikemas dalam candaan. Sedangkan dari sisi korban, mereka bisa saja tidak terlalu mempedulikan atau malah bisa sakit hati. Tetapi sangat jarang ada korban yang melaporkan kasus *body shaming* ke pengadilan. Jadi undang-undang yang telah ditetapkan tidak terlalu menjadi efek jera yang efektif bagi orang-orang.

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang dilakukan secara lisan maupun tulisan seperti misalnya penggunaan kata-kata. Komunikasi verbal adalah pembicaraan yang dilakukan secara langsung atau tatap muka atau melalui media. Misalnya berkomunikasi melalui media sosial ataupun telepon genggam. Lain halnya dengan komunikasi yang menggunakan tulisan dapat melalui surat, *postcard*, *chatting*, dan lain-lain. (Yasmin, 2020)

*Body shaming* ialah perilaku mengomentari segala sesuatu tentang fisik seseorang. Tindakan itu didasari oleh standar tubuh yang sempurna. (Azeharie, 2020) Pelaku biasanya menghina orang dengan penampilan fisik yang cenderung berbeda dengan orang lain. Sebenarnya tubuh ideal itu adalah hal yang subjektif, tidak ada standar kecantikan yang baku. Menurut Hambly (1992), kepercayaan diri dimaknai sebagai kemampuan diri sendiri dalam mengatasi masalah dengan tenang, keyakinan diri berhubungan dengan antarindividu. Tanpa merasa lebih rendah berhadapan dengan siapa pun serta tanpa merasa rendah diri di hadapan orang banyak (Andiwijaya & Liauw, 2020).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh komunikasi verbal *body shaming* di media sosial Twitter terhadap kepercayaan diri remaja dan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi verbal *body shaming* di media sosial Twitter terhadap kepercayaan diri remaja.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk komunikasi antarpribadi dan paradigma yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah positivistik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu pendekatan ilmiah pada pengambilan keputusan. Menurut

Sugiyono, penelitian kuantitatif yang menggunakan angka-angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2016).

Metode penelitian yang diambil adalah dengan metode survei. Menurut (Sugiyono, 2016), metode ini dipakai untuk mencari data dari sumber yang alamiah dengan menyebarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dll. Dalam penelitian survei ini, peneliti melakukan survei kepada remaja di bangku kuliah pengguna *Twitter*. Data yang didapat akan diperiksa dengan uji statistik untuk mencari fakta dari setiap variabel yang diteliti sehingga didapatkan pengaruhnya antara variabel bebas dan terikat.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah anak remaja di bangku kuliah yang menggunakan *Twitter*. Pengguna *Twitter* di Indonesia adalah yang terbanyak di dunia. Menurut *We Are Social*, pengguna *Twitter* di Indonesia berjumlah 18,45 juta di tahun 2022 (dataindonesia.id, 2022). Populasi remaja kuliah yang peneliti ambil adalah dari akun *autobase* *Twitter* @collegemenfess. Pengikut dari akun tersebut sudah mencapai 1 juta orang yang berisi mahasiswa/i dari seluruh Indonesia. Peneliti akan menggunakan jasa *paid promote* untuk menyebarkan kuesioner sebagai syarat *open follow*.

Untuk teknik penarikan sampel, peneliti menggunakan teknik *sampling kuota* yang mana ciri-ciri target sampel sudah diketahui oleh peneliti sebelumnya. Target sampelnya merupakan remaja yang duduk di bangku kuliah di *Twitter* melalui *autobase* *collegemenfess*. Rumus *Slovin* digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel. Berdasarkan rumus tersebut maka penulis menentukan jumlah ukuran sampel sebanyak 100 orang di *autobase* *collegemenfess* yang mempunyai pengikut sebanyak 1 juta.

Menurut Kriyantono (2006), data primer ialah data yang didapat dari tangan pertama di lapangan. Sumber data ini adalah responden kuesioner, wawancara, observasi. Data primer diperoleh langsung via *autobase*. Pengumpulan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah data primer yang sudah diolah dan dipresentasikan oleh pengumpul data primer atau pihak lain seperti tabel atau diagram (Effendy; Toly, 2013). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan jurnal, internet dan buku.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Dari 1 juta populasi pengikut *collegemenfess*, total sampel yang didapat adalah 99,99 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Dari jumlah sampel tersebut, didapatkan bahwa 15 responden adalah laki-laki dan 85 orang lainnya adalah perempuan. Hasil rentang usia dari jumlah 100 responden yaitu 9 orang berusia antara 16-18 tahun, 57 orang berusia 19-21 tahun, 28 orang berusia 22-24 tahun, dan 6 orang berusia di atas 24 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas adalah remaja usia 19-21 tahun. Berikut adalah hasil validitas variabel X (komunikasi verbal).

**Tabel 1.** Hasil Validitas Variabel X

Pernyataan	Corrected item-total correlation	Keterangan
Saya membaca hinaan di media sosial yang ditujukan kepada ukuran tubuh saya	0.395	Valid
Saya membaca hinaan di media sosial karena rambut tubuh saya (lebat/botak)	0.402	Valid

Orang orang menghina warna kulit saya di media sosial karena terlalu dominan (gelap/putih)	0.590	Valid
Saya membalas komentar terkait ukuran tubuh saya di media sosial (gemuk/kurus)	0.467	Valid
Saya membalas komentar hinaan terkait rambut tubuh saya di media sosial (lebat/botak)	0.644	Valid
Saya membalas komentar hinaan terkait warna kulit saya di media sosial (gelap/putih)	0.701	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Menurut pengujian SPSS, hasilnya adalah 6 pernyataan dalam variabel X (Komunikasi Verbal) memiliki hasil  $>0.200$  yang berarti semua pernyataan X adalah valid. Pernyataan-pernyataan ini dapat dimengerti oleh responden dengan baik dan tidak menimbulkan kebingungan dalam menafsirkan pernyataannya.

**Tabel 2.** Hasil Validitas Variabel Y

Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Saya percaya diri dengan fisik saya	0.482	Valid
Saya sedang tidak memiliki masalah dengan psikis yang disebabkan oleh hinaan yang saya dapat	0.347	Valid
Saya tetap berpegang teguh pada moral baik yang diajarkan pada saya	0.544	Valid
Saya berinteraksi dengan orang lain tanpa takut fisik saya dihina	0.681	Valid
Saya tidak emosional ketika berinteraksi dengan orang lain mengenai tubuh saya	0.563	Valid
Saya percaya diri dengan kemampuan bersosialisasi saya	0.545	Valid
Saya berkomunikasi dengan orang lain sesuai dengan moral yang telah diajarkan pada saya	0.660	Valid
Saya mampu membuat fisik saya lebih baik (dengan merawatnya)	0.526	Valid
Saya mampu mengendalikan emosi saya ketika dihina orang lain	0.480	Valid
Saya mampu menjadi pribadi yang disukai orang lain	0.581	Valid
Saya mampu menerapkan ajaran moral baik yang telah diajarkan pada saya	0.613	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Menurut pengujian SPSS, hasilnya adalah 11 pernyataan dalam variabel Y (Kepercayaan Diri) memiliki hasil  $>0.200$  yang berarti semua pernyataan Y adalah valid. Pernyataan-pernyataan ini dapat dimengerti oleh responden dengan baik dan tidak menimbulkan kebingungan dalam menafsirkan pernyataannya.

**Tabel 3.** Hasil Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	N	Cronbach's Alpha	Keterangan
Komunikasi Verbal (X)	6	0.780	Reliabel
Kepercayaan diri (Y)	11	0.852	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Variabel X seluruhnya reliabel, maka semua pernyataan yang ada di variabel X dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama. Variabel Y seluruhnya reliabel, maka semua pernyataan yang ada di variabel Y dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama.

**Tabel 4.** Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.49391776
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.069
Test Statistic		0.69
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4 yang telah dilakukan menunjukkan angka signifikansi 0.200 yang artinya diatas 0.05 yang mana nilai residual menunjukkan hasil berdistribusi normal.

**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations	
		TotalX	TotalY
TotalX	Pearson Correlation	1	.004
	Sig. (2-tailed)		.965
	N	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.004	1
	Sig. (2-tailed)	.965	
	N	100	100

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Sedangkan dari signifikansi hasil uji korelasi pada tabel 5 menunjukkan angka 0.965 dan nilai pearson correlationnya 0.004 yang mana artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan dan korelasi di antara komunikasi verbal di media sosial dengan kepercayaan diri.

**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.004 <sup>a</sup>	.000	-.010	5.522	

a. Predictors: (Constant), TotalX  
b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Sementara dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel 6 didapatkan hasil r squarenya 0.000 yang berada di bawah 0.5. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat 0% peran variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 7.** Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Sures	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.060	1	.060	.002	.965 <sup>b</sup>
	Residual	2988.130	98	30.491		
	Total	2988.190	98			

a. Dependent Variable: TotalY  
b. Predictors: (Constant), TotalX

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Dari hasil pengujian analisis regresi sederhana di SPSS pada tabel 7, didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi adalah 0.965 yang berarti di atas 0.05. Maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain tidak ada pengaruh variabel komunikasi verbal (X) terhadap variabel kepercayaan diri (Y).

**Tabel 8.** Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardi zed B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	32.332	1.835		17.618	.000
	TotalX	.007	.158	.004	.044	.965

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26

Dari hasil pengujian T di SPSS pada gambar 3.5, didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi adalah  $0.965 > 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal di media sosial tidak berpengaruh terhadap kepercayaan diri, maka  $H_a$  ditolak karena nilai signifikansi  $> 0.05$  dan  $H_0$  diterima.

*Body shaming* di Twitter tidak terlalu berpengaruh karna dilakukan oleh orang asing yang tidak dikenal, biasanya kebanyakan dari pengguna Twitter menggunakan identitas samaran atau buatan khususnya *cyber account*. Sifat penghakiman di media sosial adalah bersifat sepihak. Hanya karena melihat 1 unggahan, belum tentu itu menggambarkan / mewakili keseluruhan orang tersebut.

Responden tidak membalas komentar hinaan terkait tubuhnya karena mereka mampu mengendalikan emosi dan dapat merealisasikan ajaran moral baik dari orang

tuanya. Lagi pula, tidak ada orang di dunia ini yang sempurna. Pelaku tidak berhak menghina orang lain karena dirinya pun tidak sempurna. Standar kecantikan itu relatif, tidak ada standar yang baku.

Korban memiliki konsep diri yang baik dan mampu melihat dari sudut pandang yang positif dari tindakan *body shaming* yang diterimanya. Suatu komentar tidak seharusnya ditelan bulat bulat melainkan menjadi pemicu untuk membuat diri menjadi lebih baik. Seperti hasil pernyataan “Saya mampu membuat membuat fisik saya lebih baik dengan merawatnya” yang menerima respon 50% orang sangat setuju.

Responden memiliki ajaran agama yang kuat dan faktor didikan orang tua yang berpengaruh pada cara mereka mensyukuri apa yang telah diberikan oleh Tuhan. Di dunia ini tidak bisa memuaskan semua orang, pasti ada pro dan kontra. tidak ada satu orang pun yang bisa mengatur reaksi orang lain, yang bisa dilakukan adalah mengatur respons kita sendiri.

Karena ada fitur *block* pada *Twitter*, responden bisa menggunakannya daripada membalasnya dan membuat hal itu menjadi semakin panjang. *Twitter* juga membatasi penggunaannya dengan hanya memberikan 240 karakter di setiap *tweet*-nya.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, Komunikasi Verbal (X) terhadap Kepercayaan diri (Y), hipotesis awal yang menyatakan tidak ada pengaruh diterima dan hipotesis akhir yang menyatakan ada pengaruh ditolak. Yang artinya tidak terdapat pengaruh antara komunikasi verbal di media sosial *Twitter* dengan kepercayaan diri remaja.

Banyak faktor yang menyebabkan tidak adanya pengaruh komunikasi verbal terhadap kepercayaan diri. Mulai dari ajaran agama, didikan orang tua, sampai cara mereka melihat diri sendiri. Semua itu berpengaruh terhadap kepercayaan diri seorang individu.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan

#### 6. Daftar Pustaka

- Andiwijaya, D., & Liauw, F. (2020). Pusat Pengembangan Kepercayaan Diri. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(2), 1695. <https://doi.org/10.24912/stupa.v1i2.4487>
- Anggaraini, & Gunawan, B. I. (2019). Upaya Hukum Penghinaan (Body Shaming) Dikalangan. *Jurnal Lex Justitia*, 1(2), 113–124.
- Azeharie, S. M. (2020). Perlawanan Penyintas Body Shaming Melalui Media Sosial. *Koneksi*, 4(1), 138–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v4i1.6642>
- dataindonesia.id. (2022). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- Effendy, T. S; Toly, A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidapatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Pertambahan Nilai. *Jurnal Perpajakan*, 1(1), 159–162.

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Kustiawan, Winda; Siregar, F, K; Alwiyah, Sasi; Lubis, R, A; Gaja, F, Z; Pakpahan, N, S. N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–9.  
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/11923>
- Lestari, S. (2019). Bullying or Body Shaming? Young Women in Patient Body Dysmorphic Disorder. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 3(1), 59.  
<https://doi.org/10.26623/philanthropy.v3i1.1512>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yasmin, R. A. (2020). *Komunikasi Verbal VS Komunikasi Non-Verbal*.  
<https://binus.ac.id/malang/2020/06/komunikasi-verbal-vs-komunikasi-non-verbal/>
- Zakiah, E. Z., Humaedi, S., & Santoso, M. B. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Remaja Dalam Melakukan Bullying. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 324–330.  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v4i2.14352>