

***Internalized Misogyny* dalam *Cyber Fans* di Twitter: Studi Kasus pada Berita Kim Garam dan Kim Woojin**

RAHMATIKA QONITA PUTRI¹ & FARIDHIAN ANSHARI²

¹Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila

E-mail: rahmatika.qonita@ui.ac.id | HP: 08999435347

Abstrak Artikel ini mengangkat fenomena *internalized misogyny* pada berita Kim Garam dan Kim Woojin yang terjadi dalam *fandom K-Pop* yang sebagian besar terdiri dari perempuan. Anggapan awal sesama perempuan akan saling membela, terutama jika menyangkut relasi *fans* dan *idol*. Pemberitaan dari media melahirkan dikotomi akan kelompok penerimaan berita idola terkait berita idola perempuan dan laki-laki. Tujuan penelitian untuk melihat dan menganalisis *internalized misogyny* yang lahir sebagai dampak dari hasil pemberitaan idola yang diterima oleh *fans*. Artikel ini menggunakan metode digital etnografi dan wawancara mendalam sebagai teknik pengambilan data primer. Sebagai penguat teoritis, artikel ini menggunakan konsep menggunakan studi budaya, serta budaya *fans* digital yang mengacu kepada karakteristik *platform* Twitter, dan konsep utama mengenai *internalized misogyny*. Temuan dari artikel ini adalah dalam pergerakan serta kultur yang berkembang dalam *fandom K-Pop* terdapat *internalized misogyny*. Konteks tersebut juga berdampak pada *cyber bullying* dari *fans* terhadap idola perempuan yang berkembang akibat pemberitaan media. Meskipun sebagian besar dari anggota *fandom* adalah perempuan, *fans* memiliki *love-and-hate relationship* terhadap idola perempuan, berbeda ketika mereka mendukung idola laki-laki, yang menunjukkan sisi kesukaan (*love*) dengan cukup besar.

Kata Kunci: *CyberBullying, Fandom, Fanwar, Internalized Misogyny, K-Pop.*

Abstract This article examines the phenomenon of *internalized misogyny* in the news of Kim Garam and Kim Woojin that occurs in the K-Pop fandom, which primarily consists of women. The assumption is that fellow women will defend each other, especially regarding the relationship between fans and idols. Reporting from the media creates a dichotomy between idol news acceptance groups related to female and male idol news. This research aims to see and analyze *internalized misogyny* that arises from the results of idol news received by fans. This article uses digital ethnography and in-depth interviews as primary data collection techniques. As theoretical reinforcement, this article uses cultural studies, digital fan culture, which refers to the characteristics of the Twitter platform, and the central concept of *internalized misogyny*. The findings of this article are that in the movements and culture that develop within the K-Pop fandom, there is *internalized misogyny*. This context also impacts *cyber bullying* from fans towards female idols, which has developed due to media coverage. Although most fandom members are female, fans have a *love-and-hate relationship* with female idols, unlike when they support male idols who show more love than idolizing female idols.

Keywords: *Cyber Bullying, Fandom, Fanwar, Internalized Misogyny, K-Pop.*

CoverAge

Journal of Strategic
Communication

Vol. 13, No. 2, Hal. 97-111

Maret 2023

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Universitas Pancasila

Accepted December 24, 2022

Revised January 24, 2023

Approved February 28, 2023

PENDAHULUAN

Fandom yang merupakan akronim dari *Fans Kingdom* merupakan fenomena kultural yang berkembang pesat dengan salah satunya menjadikan perkembangan budaya teks populer sebagai salah satu faktor utama (Cavicchi, 2014). Diperkuat dengan terjadinya perkembangan media sosial, *fandom* bisa dengan mudah menjadi besar karena memanfaatkan *platform* media sosial sebagai wadah dan sarana untuk mengumpulkan anggota dan berinteraksi serta bertukar informasi terkait idola (Gray et al., 2007) *Fandom* yang berelasi dengan teknologi meruntuhkan batasan ruang dan waktu untuk *fans* dalam berinteraksi, yang pada akhirnya mengacu kepada lahirnya *fans* dari berbagai belahan ruang maupun lokasi yang mendukung idola tertentu tanpa terklasifikasi oleh satu lokasi yang sama. Seorang *fans* yang berasal dari pedalaman di Zimbabwe, benua Afrika dapat dengan mudah menggemari *boyband* dari Korea Selatan, tanpa harus menginjakkan kaki di Seoul.

Pergerakan kultur Korea Selatan, yang berporos pada perputaran musik yang dibungkus oleh idola yang beragam, menjadi salah satu latar belakang fenomena *Hallyu* yang berarti *Korean Wave* atau Demam Korea yang mengacu pada penyebaran popularitas budaya Korea Selatan di luar negeri. Fenomena ini menawarkan hiburan Korea terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi, *games* dan sejenisnya (Lyan & Levkowitz, 2015), yang pada intinya mempertontonkan segala bentuk budaya Korea Selatan ke seluruh dunia. Indonesia, sebagai negara yang terkenal menjadi *target market* dalam beragam *pop culture*, menjadi salah satu target negara yang juga pada akhirnya terkena imbas dari *Hallyu*. Salah satu Demam Korea yang paling tampak adalah *K-Pop music* yang dipelopori oleh kehadiran film lewat konsep *original soundtrack* (Anderson & Shim, 2015).

Popularitas dari suatu *boyband* atau *girlband* Korea sangat besar di Indonesia. Untuk pertama kali pada abad ini, barat tidak lagi menjadi satu-satunya kiblat konsumsi budaya populer di Indonesia, dan mungkin lebih luas lagi di berbagai wilayah di Asia lainnya (Heryanto, 2012). *Boyband* atau *girlband* mendapat banyak *fans* dan terbentuklah *fandom* sebagai ruang interaksi antar *fans*.

Fandom menjadi ruang interaksi yang membuat *fans* bisa dengan mudah bertukar informasi tentang idola mereka dan saling “menghype” (kata yang digunakan ketika sesuatu menjadi bahan yang dibicarakan orang banyak karena keunikannya tersendiri) idola mereka ketika ada acara bersama (Cavicchi, 2014).

Fandom sendiri tidak asing di telinga orang awam Indonesia, salah satu contohnya adalah *fandom* bola. Perasaan yang muncul dalam seorang *fans* adalah ikatan emosional karena sangat mencintai klub tersebut sehingga membentuk kesamaan rasa dalam *fandom*. Sedangkan *fans* yang berkembang dalam jumlah lebih besar dapat dikategorikan sebagai *fandom*, yang mempunyai definisi sebagai afiliasi di mana banyak makna emosional dan nilai yang berasal dari keanggotaan kelompok (Anshari, 2018). *Fanship* sendiri lebih berupa kumpulan kelompok orang yang menikmati sepak bola dan mencurahkan perhatiannya untuk berfikir, berbicara, dan berorientasi pada satu klub sepak bola yang digemarinya (Anshari, 2018). Hal ini juga berlaku di dalam *K-Pop*.

K-Popers atau *K-Pop Lovers*, sebutan untuk mereka yang menyukai *K-Pop*. *K-Popers* Indonesia merupakan kelompok penggemar terbesar ketiga setelah menempati urutan pertama di tahun 2020 lalu (Btsarmycensus, 2022). Batasan dari tulisan ini berfokus di sosial media Twitter, pada mereka yang berumur 20-25 tahun dan memiliki *cyber account* atau akun yang menyembunyikan identitas sebenarnya. Identitas yang mereka sembunyikan biasanya berupa gender secara biologis, nama, pekerjaan, dan beberapa hal yang dianggap merupakan identitas sebenarnya dan mengakui diri mereka sebagai *K-Popers* dengan akun khusus *fans*.

Interaksi *fandom* pada jejaring sosial media Twitter ternyata menjadi sebuah fenomena di mana para *fans* perempuan membentuk dikotomi tersendiri untuk saling berinteraksi di mana *fans* melihat sebuah konflik (Lamerichs, 2020). Ketika ada penggemar melihat permasalahan dalam *fandom* yang sedang ramai dibicarakan membahas idola laki-laki, mereka akan melihat bahwa setiap idola adalah manusia biasa yang bisa berbuat salah sehingga bisa dimaafkan. Namun, hal ini sangat berbeda ketika idola perempuan yang membuat masalah, mereka akan membenci dan meng-

hina, menganggap hal itu tidak bisa dimaafkan karena idola perempuan harus menjadi sosok sempurna (Miller et al., 2018).

Tulisan ini mengacu kepada teori Kajian Media, di mana media menjadi salah satu sarana untuk penyebaran budaya populer terutama dalam *fans* dan *fandom*. Media menjadi perantara bagi mereka untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi mengenai idola mereka tanpa batasan apa pun, salah satunya terkait berita-berita idola *K-Pop*. Penulis mengambil dua berita pada *fandomK-Pop*. *Pertama*, seorang idola perempuan yang debut pada usia 16 tahun dan terlibat pada berita *cyber bullying*. Dikutip dari portal berita daring Kpopchart.net. saat baru *debut* sebagai anggota LE SSERAFIM, Kim Garam dituduh melakukan tindakan *bullying* ketika masih duduk di bangku sekolah. Setelah sempat vakum dari aktivitas grup untuk beberapa waktu, pihak agensi HybeLabels dan Source Music akhirnya mengumumkan bahwa Kim Garam telah resmi keluar dari grup dan LE SSERAFIM akan melanjutkan aktivitas mereka dengan lima anggota. Pada berita ini *fans* terbagi menjadi dikotomi yang berbeda.

Kedua adalah berita pelecehan seksual dari seorang idola laki-laki yang tergabung di dalam grup besar Straykids. Dikutip dari CNN Indonesia, permasalahan ini bermula ketika beberapa akun anonim membuat unggahan di Twitter berupa *thread* tentang pelecehan seksual Woojin pada Selasa (8/9). Salah satunya adalah akun yang menyebut seorang *idol* menyalahgunakan popularitasnya untuk mendekati seorang perempuan di bar. Ketika perempuan tersebut menolak tawaran Woojin, *idol* itu disebut marah dan malah melakukan tindakan tak senonoh terhadap dua perempuan. Di dalam unggahan tersebut, akun tersebut mengungkapkan masih dihantui perlakuan *idol*.

Awalnya, akun tersebut tak menyebutkan nama pelaku. Ia hanya menuliskan W, Woo, dan Big3. Big3 merupakan panggilan untuk tiga perusahaan atau agensi terbesar dan pelopor *K-pop*, yakni SM Entertainment, JYP Entertainment, dan YG Entertainment. Kedua berita tersebut telah terbukti bahwa mereka berdua tidak bersalah atas tuduhan kepada keduanya.

Hasil pencarian terkait idola laki-laki lebih menunjukkan kepada berita siapa yang me-

nyebarkan berita tersebut. Namun, pada idola perempuan lebih kepada pengumpulan opini dan bukti empiris tentang idola perempuan tersebut menjadi pelaku dari perbuatan *cyber bullying*. Padahal keduanya terbukti tidak bersalah. Idola perempuan berusia 16 tahun itu dinilai sebagai seseorang yang sangat bersalah dan menerima sangat banyak hujatan di dalam *fandom*, terutama dari penggemar perempuan.

Dikotomi yang terjadi menunjukkan adanya peran pengetahuan *gender* yang menjelaskan bahwa perempuan menjadi lebih subordinat dan mengagungkan laki-laki merupakan sesuatu yang harus dilakukan. Apalagi kebanyakan dari mereka yang tergabung di dalam *fandom* adalah perempuan dengan pengetahuan *gender* patriarkis (Lee, 2016).

Penulis mengambil *fans* perempuan karena seperti data di atas telah dijelaskan bahwa perempuan lebih banyak menguasai *fandom*. Cara berpikir serta pengetahuan *gender* yang telah terkonstruksi secara umum mengenai cara bertindak dan mengambil keputusan masih terpengaruh pada *internalized misogyny* (Busse et al., 2009). Hal itu dapat diartikan sebagai sebuah tindakan ketika perempuan secara tidak sadar memproyeksikan ide-ide seksis kepada perempuan lain, dan bahkan ke diri mereka sendiri (Zulfiyah & Nuqul, 2019).

Artikel ini bertujuan untuk melihat *internalized misogyny* pada media dilihat dari *fandom K-Pop* pada *platform* Twitter. Sehingga, memberikan gambaran dan pembuktian bahwa *internalized misogyny* tidak hanya terjadi pada kehidupan sehari-hari tetapi juga pada *fandom* di Twitter. Penerimaan terhadap berita-berita yang terjadi pada dunia *K-Pop* juga bisa dinegosiasikan melihat *gender* itu bekerja pada pasar dari *K-Pop* karena sebagian besar dari mereka adalah perempuan. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cyber community*), sehingga membuat dua realitas yang berbeda (Sagita & Kadewardana, 2017). Realitas pada *cyber community* inilah yang sering berkomentar terhadap hal-hal yang terjadi di dalam *fandom*.

Komentar di dalam *fandom* atau penerimaan ini dianggap sebagai opini publik yang sangat penting dalam menentukan karir artis di dunia hiburan. Blumer (2016) menyatakan

opini publik adalah penilaian sosial mengenai suatu masalah yang penting dan berarti, berdasarkan proses pertukaran-pertukaran yang sadar dan rasional oleh khalayaknya. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena seiring dengan menyebarnya *K-Pop* melalui *Korean Wave* atau *Hallyu*, muncul fenomena *fans* atau penggemar *K-Pop* di berbagai belahan dunia. Penggemar atau *fans* muncul sebagai bagian dari proses mengkonsumsi teks budaya, terutama budaya populer yang dalam hal ini adalah *K-Pop*. Konsep *internalized misogyny* terimplementasi dalam *fandom K-Pop* melalui pemberitaan terkait Kim Garam dan Kim Woojin.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Budaya Sebagai Pembedah Fenomena

Cultural studies senantiasa merupakan wacana yang membenteng, yang merespons kondisi politik dan historis yang berubah dan selalu ditandai dengan perdebatan, ketidaksetujuan, dan intervensi (Storey, 2007). Dengan kata lain *cultural studies* dalam teks budaya tidak hanya sekedar merefleksikan sejarah namun juga membuat dan menjadi bagian dari sejarah itu sendiri. Seperti dalam konteks yang dibicarakan pada artikel ini penerimaan terhadap berita. Budaya adalah suatu ranah tempat berlangsungnya pertarungan terus-menerus atas makna, di mana kelompok-kelompok subordinat mencoba menentang penempatan makna yang sarat akan kepentingan kelompok-kelompok dominan. Inilah yang membuat budaya bersifat ideologis. Di sinilah ideologibekerja sebagai konsep sentral dalam pemberian makna. Sebagai sebuah produksi sosial, dunia perlu diberikan makna seperti teks media dan budaya populer. Makna yang berbeda cenderung memberikan potensi terhadap konflik dan membentuk dikotomi tertentu pada masyarakat. Teks yang sama akan bermakna berbeda bagi orang yang berbeda, tergantung pada bagaimana teks itu diinterpretasikan.

Setelah beberapa dekade, komunitas penggemar telah berkembang menjadi *fandom* dan menciptakan sebuah budaya sendiri di dalamnya yang disebut dengan *fan culture* atau budaya penggemar. Fenomena ini menjadi kajian baru yang menarik di berbagai ranah penelitian seperti media, industri, dan

akademik karena adanya karakteristik dan kebiasaan yang unik di dalamnya. *Fandom* mendapatkan pusat perhatian, khususnya dari media massa karena kelompok ini mulai menunjukkan adanya jargon serta *fannish terms* yang mereka ciptakan sendiri. Jika dibedah lebih lanjut, *fannish terms* dapat diartikan sebagai istilah-istilah berbau *fans* yang dibuat dan dimaknai oleh kelompok penggemar sebagai cara mereka berkomunikasi, seperti *fanboy*, *fangirl*, *bias*, dan *stan*. Konotasi yang negatif selalu dihadirkan untuk mendeklarasikan keberadaan *fans*.

Fans dianggap sebagai seorang yang obsesif terhadap sesuatu. *Fans* awalnya hanyalah sekelompok manusia yang menyukai hal tertentu. Penyanyi sebagai figur yang menyajikan hiburan secara langsung menjalin sebuah hubungan dengan para penggemar ketika menggelar sebuah konser. Namun, dalam kasus ini *fans* menjadi sosok yang obsesif dan tidak mau terlepas dari para penyanyi yang mereka idolakan. *Fandom* menjadi sebuah tempat yang multikultural untuk komunitas *fans* yang memiliki identitasnya sendiri. Mereka memiliki budaya massa mereka sendiri. *K-Pop* juga memiliki wilayah sendiri untuk membuat batas-batas di mana *fans* harus berperilaku. Konsumsi atas suatu budaya populer akan selalu memunculkan adanya kelompok penggemar bahwa, "Penggemar adalah bagian paling tampak dari konten publik dan praktik budaya pop." (Storey, 2007:157) Musik *K-pop* berhasil menciptakan banyak *fans* yang tersebar di seluruh dunia. Dengan jumlah *fans* yang banyak, para *fans* membuat kelompok-kelompok sendiri untuk menyatukan ideologi dan membuat identitas mereka sendiri. *Fans* memiliki ritual mereka sendiri agar bisa masuk ke dalam *fandom*, seperti *fanchant*, masuk ke dalam situs *fancafé*, bahkan dengan membeli album dan lain-lain. *Fanchant* membuat kedekatan tersendiri antara idola dengan *fans* karena *fanchant* dilakukan dengan meneriakkan nama dari idola mereka.

Sebenarnya untuk menjadi seorang *fans* mereka perlu pengakuan dari orang lain sehingga mereka berbeda dari yang lain. Para penggemar adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Penggemar selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku

yang berlebihan dan berdekatan dengan kegiatan. Jenson (Storey, 2006) menunjukkan dua tipe khas patologi penggemar; individu yang terobsesi dan kerumunan histeris. Ia berpendapat bahwa kedua figur itu lahir dari pembacaan tertentu dan kritik atas modernitas yang tak diakui di mana para penggemar dipandang sebagai simptom psikologis dari dugaan disfungsi sosial. Para penggemar ditampilkan sebagai salah satu dari “*liyan*” yang berbahaya dalam kehidupan modern. “Kita” ini waras dan terhormat, “mereka” itu terobsesi dan histeris (Storey, 2006:157). Menurut Jenson (Storey, 2006) terdapat tiga ciri utama dalam menandai moda pemberian makna budaya penggemar dalam teks-teks media, yaitucara penggemar menarik teks mendekati ranah pengalaman hidup mereka, peran yang dimainkan melalui pembacaan kembali dalam budaya penggemar, dan proses yang memasukkan informasi program ke dalam interaksi sosial secara terus menerus (Storey, 2006:158).

Internalized Misogyny di dalam Pemaknaan Fans Terhadap Idola

Internalized misogyny merupakan diskriminasi terhadap wanita yang dilakukan oleh wanita kepada dirinya sendiri maupun wanita lain dengan cara mengadopsi sikap, nilai, dan kepercayaan seksisme yang membenci kaum wanita. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *internalized misogyny*, yaitu *Internalized Sexism Scale For Women* (Skala Internalisasi Seksisme untuk Wanita) yang disusun oleh (Bozkur, 2020). Pada alat ukur ini terdiri dari enam aspek, yaitu objektifikasi diri, penghinaan, kehilangan jati diri, ketidakberdayaan yang terinternalisasi, persaingan antar wanita, dan memprioritaskan pria. Namun, aspek kehilangan jati diri dan ketidakberdayaan yang terinternalisasi akan digabung menjadi satu. *Internalized misogyny* dalam penelitian ini yaitu perilaku diskriminatif yang dilakukan oleh perempuan dan ditujukan kepada perempuan lain atau bahkan dirinya sendiri. Sikap diskriminatif didasari oleh stereotip dan terjadi di dunia nyata maupun maya.

Perempuan memberikan label kepada perempuan lain bahwa diri mereka tidak lebih baik dari perempuan itu sendiri. Objektifikasi diri merupakan tindakan mengevaluasi orang lain hanya berdasarkan bentuk fisik dan penilaian sekilas dari seseorang, bukan berdasar-

kan nilai yang dimiliki. Namun, mereka tak segan mengubah penilaian itu menjadi objek yang dinikmati, diremehkan, atau diabaikan. Hal ini sering dilakukan ketika perempuan lain tidak sesuai dengan norma gender yang berlaku. Kemudian, penghinaan akan terjadi ketika seseorang telah melakukan objektifikasi terhadap perempuan lain. Dalam ranah *fandom K-Pop*, objektifikasi terjadi ketika seorang idola perempuan terjerat sebuah kasus yang belum terkonfirmasi kebenarannya. Perempuan sebagai sosok yang sensitif dan peka akan langsung memihak kepada sosok yang dirugikan tanpa berpikir untuk mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu. Hal ini membuat seorang perempuan yang menjadi objek hinaan kehilangan jati dirinya sebagai seorang perempuan. Dalam ranah *K-Pop*, fenomena terjadi kepada seorang *idol* yang akan segera kehilangan pekerjaan dan kemampuan mereka untuk menjadi sosok panutan di dalam publik. Internalisasi menjadikan seseorang memiliki strata yang lebih tinggi dari perempuan lainnya karena perempuan tidak sesuai dengan *normative public* yang akan menimbulkan persaingan antara perempuan dan memprioritaskan pria sebagai kesimpulan dari semuanya.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penilaian deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Metode kualitatif digunakan sesuai dengan pendapat yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk mengkaji dan memahami cara seseorang atau suatu kelompok memaknai suatu kejadian sosial (F., 1868). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *K-Pop fans* yang berada pada rentang usia 20-24 tahun. Penulis berperan sebagai instrumen penelitian utama yang dibantu dengan media digital, elektronik, serta catatan lapangan. Penelitian ini dilakukan melalui observasi digital dengan mengukur keaktifan unit analisa dalam mengikuti pemberitaan Kim Woojin dan Kim Garam sebagai indikatornya. Penelitian pada *platform* Twitter berlangsung selama tiga bulan, tepatnya pada bulan September-November 2022. Twitter digunakan sebagai objek penelitian utama sekaligus sumber pemberitaan utama karena banyak

penggemar yang menjadikan laman pribadinya sebagai *safe place*, khususnya untuk berkeluh kesah terkait *K-Pop*. Pemilihan berita Kim Woojin dan Kim Garam dipakai karena adanya kesamaan konteks pemberitaan terkait perundungan dan keduanya telah dinyatakan tidak bersalah pada berita terbaru. Dilakukan wawancara mendalam kepada sepuluh orang, dengan rasio lima laki-laki dan lima perempuan sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam menulis artikel ini. Wawancara dilakukan secara tatap muka selama bulan Oktober, dan seluruh narasumber dirahaskan identitasnya atas nama etika penelitian. Penulis akan melakukan triangulasi data untuk menganalisa data yang didapatkan. Tulisan ini juga akan diperkuat dengan studi literatur menggunakan jurnal dengan kajian media dan budaya populer untuk memperkuat hasil dari penelitian yang dilakukan.

HASIL PEMBAHASAN

Pemaknaan *Internalized Misogyny* pada Fans terhadap Pemberitaan Kim Woojin

Secara garis besar berita idola laki-laki Kim Woojin tentang perilaku pelecehan seksual dan perundungan sesama anggota dari Straykids. Woojin melakukan hal tersebut kepada orang biasa di luar *idol* atau kepada *fans* mereka sendiri. Sedangkan, untuk idola perempuan berita pada perilaku mereka melakukan *bully* kepada sesama anggota atau pada teman sekolahnya. Kebanyakan idola perempuan yang terlibat di dalam berita dibuktikan sebagai seseorang yang tidak bersalah, berbeda dengan berita yang terjadi pada idola laki-laki karena jarang ada pembuktian dari berita tersebut.

“...kalau cowok lebih gampang kayaknya ya,” (Narasumber 3, 2022).

Berita dari Kim Woojin biasanya adalah mereka bersikap tidak *gentle* kepada perempuan, kekerasan seksual terhadap perempuan dan hal-hal yang berhubungan dengan idola laki-laki dan penggemar perempuan. Perbedaan media mengangkat berita yang terjadi juga menjadi sangat berbeda dalam membuat *“framing”*. Sehingga berdasarkan pemahaman dari pengetahuan gender *fans*, hal ini mengacu membuat dua dikotomi yang berbeda. Un-

sur *love* akan dimasukkan oleh media ketika mengangkat berita dari idola laki-laki, seperti “siapa pembuat berita” dan bukan berfokus kepada idola yang memiliki berita tersebut. Tetapi jika membahas berita pada perempuan unsur *“hate”* akan menjadi *framing* dari berita itu (Degarr & Okpeh, 2016).

Fandom merupakan sekelompok orang yang biasa terlibat secara emosional dilihat dari bagaimana narasi teks dan konsumsi publik pada media (Sandovss, 2005). Disisi lain *Fandom* juga dapat dilihat sebagai sebuah aktivitas yang menyatukan cinta, keterlibatan mendalam dengan objek cinta dan keinginan untuk menjadi bagian dari komunitas yang berbagi perasaan ini, “pencarian komunitas, cara untuk mencintai sesuatu tanpa malu-malu, keinginan untuk terlibat secara kritis tetapi juga secara mendalam, dan cara ekspresi pribadi tidak seperti yang lain, karena memungkinkan keterlibatan melalui manipulasi budaya” (Hellekson, 2015).

Framing dengan proses pembentukan dan konstruksi realita tersebut hasil akhirnya ada bagian-bagian tertentu yang ditonjolkan dan ada bagian-bagian lain yang disamarkan atau bahkan dihilangkan. Aspek yang tidak ditonjolkan kemudian akan terlupakan oleh khalayak karena khalayak digiring pada suatu realitas yang ditonjolkan oleh media tersebut. *Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Ditambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan dengan berita tersebut.

Media daring termasuk Twitter, juga akan sangat bias karena *cuitan* yang merupakan hasil pemikiran dari si pengguna dengan melihat pengguna ini mendukung pada pihak siapa. *Framing* ini memang terkadang tidak langsung ditulis oleh media dengan menunjukkan bahwa siapa mendukung siapa, tetapi melalui *cuitan-cuitan* pada akun *cyberfans* mereka menunjukkan keberpihakan dari setiap berita media. *Fans* perempuan yang mendominasi dunia *cyberfans*, kebanyakan merupakan perempuan hetero-normatif.

Pengetahuan gender pada penggemar yang masih bersifat hetero-normatif membuat banyak pemikiran bahwa laki-laki merupakan sosok yang superior walaupun terkena skandal itu sendiri. Istilah *womansupporttwo-*

man yang sedang digaung-gaungkan oleh aktivis gender ternyata belum sepenuhnya dipahami dalam *fandom* sehingga terjadinya *internalized misogyny* di situ (Perrewé & Carlson, 2004).

"... mau gimana pun mereka, aku tetep terima mereka apa adanya karena aku udah mengidolakan!"

(Narasumber 1, 2022)

Kutipan di atas merupakan pernyataan yang diucapkan 10 orang narasumber penulis ketika wawancara mengenai mereka menerima berita dari idola laki-laki. Indonesia sendiri merupakan negara hetero-normatif, yaitu menormalisasikan seksualitas yang didasarkan pada pernikahan lawan jenis antara laki-laki dan perempuan. Sehingga, pengetahuan gender patriarkis bekerja dengan mengistimewakan laki-laki dan menormalisasikan kesalahan yang dilakukan oleh laki-laki. Apalagi perempuan menjadi manusia yang didomestikasi dan subordinat. Mereka akan menormalisasikan perilaku yang dianggap negatif secara normatif pada idola tersebut, memaklumi karena laki-laki.

Di Indonesia, telah disampaikan melalui UU Nomor 1 Tahun 1974 terkait nilai hetero-normatif yang mengasumsikan bahwa heteroseksualitas merupakan satu-satunya norma yang normal dan pantas bagi seluruh rakyatnya. Berangkat dari hal tersebut dalam kajian gender, terlihat celah mengapa seseorang lebih mengutamakan laki-laki, karena Indonesia merupakan negara hetero-normatif dan patriarkis.

Dalam kajian komunikasi dapat dilihat sebagai bentuk komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi antarpribadi, dua arah, verbal dan nonverbal. Berbagi informasi dan perasaan antar individu dengan individu atau antar individu dalam kelompok kecil. Komunikasi interpersonal antara tiga orang atau lebih berarti komunikasi dari satu orang ke beberapa orang lain (kelompok kecil). Setiap anggota menyadari keberadaan anggota lainnya, memiliki kepentingan dan tujuan yang sama. Intinya adalah asumsi bahwa fungsi komunikasi interpersonal untuk membuat, membina, dan mengubah hubungan bahwa hubungan pada gilirannya akan mempengaruhi sifat komunikasi interpersonal (Nugroho, 2009)

Ketika interaksi interpersonal ini diapli-

kasikan di dalam *fandom*, dapat terlihat bahwa pengetahuan gender mempengaruhi penerimaan patriarki dalam *fandom*, khususnya di media sosial seperti Twitter. Penggunaan *cyber-fans-account* membuat mereka merasa dekat secara personal meski tidak mengetahui keaslian identitas pemegang akun. Komunikasi dan kesamaan rasa ini akhirnya membuat mereka memiliki pengetahuan gender yang sama tentang patriarki diluar dari kehidupan sehari-hari, yaitu dominasi dari idola laki-laki terhadap *fans* perempuan.

Hal tersebut secara jelas menggambarkan alasan dibalik kebanyakan penggemar menyikapi berita yang terjadi kepada idola laki-laki. Adanya kebiasaan serta pola pikir yang telah tertanam di dalam kehidupan sehari-hari membuat kebanyakan penggemar tetap mendukung dan menaruh rasa percaya yang tinggi terhadap idola laki-laki. Mereka akan melindungi idolanya di balik fakta bahwa belum adanya klarifikasi resmi dari idola maupun agensi yang menaungi terkait berita yang tersebar. Beberapa diantaranya bahkan tak jarang berakhir menyudutkan korban, karena korban dianggap ingin menjatuhkan posisi yang telah diraih idolanya, khususnya jika korban merupakan seorang perempuan.

"...gue ngerasa banget kalau ada pemujaan cowok di situ, tapi gimana ya gue juga."

(Narasumber 8, 2022)

"...kalau cewek lebih terbawa suasana karena dia cewek [idol]."

(Narasumber 9, 2022)

Menurut hasil wawancara penulis, data yang dihasilkan menunjukkan bahwa perempuan lebih mendukung dan setia kepada idola laki-laki karena adanya rasa percaya bahwa "mereka akan berubah dan perilaku buruk itu wajar dilakukan oleh laki-laki." Rueda (2007) mengatakan bahwa patriarki adalah penyebab penindasan terhadap perempuan. Masyarakat yang menganut sistem patriarki meletakkan laki-laki pada posisi dan kekuasaan yang dominan dibandingkan perempuan.

"...gue merasa sih, sebenarnya ada kelompok nggak peduli kalau gue termasuk yg nggak peduli tapi ngehujat."

(Narasumber 10, 2022)

Secara lebih spesifik, data hasil wawan-

cara yang dilakukan menunjukkan bahwa ada dua dikotomi. Dikotomi pertama terjadi ketika *fans* menerima dan bahkan memaafkan berita yang terjadi, kemudian peran para *fans* yang baik untuk menemukan "penyebarkan berita." *Fans* perempuan cenderung menjadi pihak paling depan untuk membela idola laki-laki mereka, dan menunggu hingga idolanya kembali untuk menghibur mereka. Walau terkadang tidak ada kepastian dari hiatus (vakum kegiatan sementara) oleh idola laki-laki ini, *fans* perempuan tetap mengadakan acara-acara khusus untuk mereka walaupun masih berada di dalam berita tersebut.

Pemaknaan *Internalized Misogyny* pada *Fans* terhadap Berita Kim Garam

Ketika membahas berita perempuan, berita tersebut akan berfokus pada perilaku perempuan yang tidak menjadi perempuan ideal di mata masyarakat sehingga tidak bisa dimaafkan oleh publik (Brown, 2002). *Framing* yang terjadi melanggengkan tantangan ekstrim yang dihadapi oleh banyak perempuan dalam liputan media, seperti dalam kasus idola perempuan muda berusia 16 tahun. Studi menunjukkan bahwa "media digital digunakan untuk menghasilkan realitas di mana idola perempuan tersebut tidak sesuai dengan perempuan ideal sehingga tidak seharusnya dicontoh karena dia sosok yang mendominasi" (Richie, 2013) Ini salah satu contoh narasi perempuan harus membuktikan diri bahkan dianggap pada ambang politik yang sama dengan laki-laki.

Terdapat beberapa perbedaan mayor tentang penerimaan penggemar perempuan terhadap berita terkait idola perempuan, khususnya di Indonesia. Seperti yang tertuang dalam hasil penelitian tentang penerimaan penggemar terhadap berita idola laki-laki, Indonesia merupakan negara yang tumbuh dan berkembang dengan kentalnya budaya patriarki. Selain menempatkan laki-laki sebagai sosok yang mendominasi dan memegang kekuasaan tertinggi, sistem sosial patriarki di Indonesia juga mempengaruhi perempuan dinilai sebagai karakter yang harus berjuang untuk kesempurnaan agar dapat diterima oleh masyarakat luas.

Mengacu pada berita tentang dugaan kasus *bullying* yang dilakukan oleh idola perempuan berusia 16 tahun, data wawancara

yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa sebagian besar *fans* perempuan secara spontan melempar pertanyaan serupa kepada satu sama lain, yaitu, "Bagaimana seorang wanita muda dapat melakukan tindakan yang tidak terpuji?" dan dilanjutkan dengan banyak ujaran kebencian yang dilontarkan kepada idola perempuan terkait. Padahal jika membahas isu yang sedang berkembang di masyarakat yaitu *womensupportwomen* akan sangat jauh dari tujuan tersebut.

Perempuan akan merasa saling bersaing melihat idola perempuan itu sendiri. Penerimaan berita terhadap idola perempuan sangat berbeda dengan laki-laki. Pengguna Twitter di Indonesia memang kebanyakan laki-laki, namun di dalam *fandom* kebanyakan akun-akun perempuan dan cara mereka menanggapi berita sangat heteronormatif. Berdasarkan pengetahuan gender yang mereka punya dan norma heteronormatif mereka tidak bisa menerima hal itu terjadi kepada *idol* perempuan, sehingga muncul kebencian di sana. Berbeda dengan idola laki-laki sebenci apapun mereka bisa tetap diterima oleh *fans* perempuan. Berdasarkan hasil wawancara mereka yang pengetahuan gendernya berasal dari norma heteronormatif akan tidak menyukai dan melakukan *cancel culture* terhadap idola perempuan.

Cancel culture adalah di saat para aktivis *fandom* secara daring menjadi seseorang yang begitu membela dan menciptakan pengecualian terhadap seseorang. Jadi, mereka akan berargumen dan secara keras kepala merasa bahwa seseorang harus di *cancel* dari dalam *fandom*. Istilah populer mengacu pada *Urban Dictionary* untuk *cancel culture* ini adalah seseorang yang terlibat secara daring dan mempraktikkan bahwa mereka "narsis" dan berperilaku tidak dewasa.

Fandom melakukan pengecualian ketika *fans* laki-laki yang terlibat kedalam berita, sehingga idola laki-laki tetap bisa berkarya namun ketika menyangkut tentang perempuan mereka akan terkena imbas dari berita tersebut. Imbas yang dimaksud disini adalah *cyber bullying* dan *internalized misogyny*.

"Cewek itu di mata masyarakat harus ideal, gue juga dituntut kayak gitu. Masa dia [idol perempuan] kayak gitu [terlibat berita]."

(Narasumber 2, 2022)

Twitter menyediakan lingkungan di mana para penggunanya bisa memiliki identitas lain atau dalam bentuk *cyber fans*. Hal tersebut memungkinkan seseorang untuk berperilaku bebas dan menunjukkan diri mereka sendiri karena berkurangnya rasa takut dan ketidaksetujuan dari orang lain pada dunia nyata nyata (Kertamukti, 2022).

Seperti halnya di dalam *fandom* untuk membuat sebuah kenyamanan dalam menunjukkan diri sendiri, *cyberfans* dengan interaksinya membuat sebuah perkumpulan yang memiliki ketertarikan yang sama dan diharap bisa terbebas dari tekanan sosial yang menghambat mereka melakukan apa yang sebenarnya diinginkan pengguna. Tekanan sosial tersebut bisa saja dari kerabat di dunia nyata, baik keluarga maupun teman, di mana mereka tidak ingin orang-orang di dunia nyata memiliki hubungan dengannya saat berada di dunia *virtual*. Disinilah seseorang membutuhkan privasi sebagai bentuk kebebasan. Namun, bentuk kebebasan ini ternyata terlalu bebas tanpa adanya batasan dimana harus berhenti dan bertindak.

Keberadaan media sosial Twitter menjadi salah satu tempat bertukar informasi terpenting pada media massa. Bahkan para *fans* sekarang bisa memproduksi isi pesan dari media sosial. *Fans* perempuan yang menggunakan Twitter memiliki pondasi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran pesan pada media massa, salah satunya adalah berita ini (Kaplan & Haenlein, 2010).

Cyber bullying merupakan tindakan perundungan yang dilakukan melalui media elektronik atau media sosial ini (Yunita, 2023). Dengan mengangkat arti secara sempit perundungan yang dilakukan dan melibatkan dua orang penindas atau mengintimidasi seseorang baik secara fisik, verbal, atau cara lain untuk mendapatkan rasa superior dan kekuasaan (Donegan, 2012)

Berita atau fenomena ini terjadi *fans* perempuan-perempuan ini menganggap bahwa sosok *idol* yang melakukan tidak sesuai dengan norma dari masyarakat, sehingga pantas dan berhak untuk menjadi korban dari perundungan yang mereka lakukan. Hal ini mengkritik budaya patriarki dan struktur gender secara umum masih berkembang pada masyarakat modern bahkan pada media sosial itu sendiri tempat di mana *fandom* berkembang

dan saling bertukar informasi, sehingga konsep *internalized misogyny* terjadi di situ. Di saat banyak perempuan mendukung dan menguatkan perempuan lainnya, di dalam *fandom fans* perempuan tidak seperti itu tetapi melakukan *cyber bullying* terhadap perempuan lainnya.

Persaingan antar gender secara biologis memang memberikan ruang kepada sesama perempuan untuk bersaing pada wilayah internal memperebutkan gender laki-laki secara biologis. Budaya heteronormatif membuat mereka bersaing dan berkompetisi, sehingga menyerang satu sama lain dengan cara melakukan penghinaan. Konsep heteronormativitas kadang-kadang digunakan untuk menggambarkan norma gaya hidup tubuh serta cara orang cenderung bereproduksi secara berbeda dan jenis kelamin pelengkap (laki-laki dan perempuan). Meskipun konsep yang lebih umum seperti hegemoni maskulinitas dan homososialitas, heteronormativitas bekerja sebagai alat untuk menganalisis sistem penindasan dan berkontribusi pada pemahaman tentang struktur gender yang lebih umum dan hirarki dibangun dalam masyarakat.

Menurut hasil wawancara dengan beberapa informan mereka tidak mengakui bahwa yang dilakukan merupakan bentuk *per-bullying*.

"Jujur ya, aku tuh kayak gini [perundungan] karena terpengaruh dari cewek-cewek lainnya. Cewek tuh banyak yang kompor tau."

(Narasumber, 2022)

Mereka tidak menyadari bahwa diri mereka melakukan tindakan perundungan. Lebih kepada mengatur bagaimana perempuan harus menyikapi kepada perempuan lain sebagai kontrol sosial (Kasmawati, 2017). Kontrol sosial di sini adalah perempuan harus bersikap sempurna secara norma dan tidak boleh berperilaku salah apalagi jika seseorang adalah *Idola* dari *K-Pop*. Berita menjadi salah satu alat untuk mengatur sikap dari *idola* perempuan tersebut, sehingga munculah *cyber bullying* terhadap *idola* perempuan Korea.

Ujaran kebencian terhadap *idola* perempuan ini membuktikan bahwa perempuan masih terjebak pada struktur patriarki yang konservatif. Struktur yang dimaksud adalah meninggikan derajat laki-laki dibanding perempuan

an. Sikap misoginis dimiliki oleh perempuan inilah yang disebut *internalized misogyny*, seseorang yang merendahkan orang lain dan membenci namun dari pihak perempuan itu sendiri dan berada di dalam *fandom*.

“*Derogationis a concept that is generally used as value reduction*” (Bozkur, 2020). Pada berita Kim Garam ini, para *fans* memperlakukan Garam seperti kehilangan nilai perempuan di dalamnya.

“*Perempuan itu harus perfect, apalagi public, nggak bisa tuh cantik doang jadi idola tapi attitude-nya nggak ada.*”
(Narasumber, 2022).

Pada berita idola perempuan Garam terlihat jelas apa yang dilakukan tidak sesuai dengan nilai dari perempuan secara normatif seperti perempuan harus lemah lembut, perempuan tidak boleh terlibat pada kekerasan apalagi melakukan kekerasan. *Fans* perempuan dari Kim Garam membenci perbuatan tersebut karena *stand on victim first* atau mendukung korban terlebih dahulu tanpa harus mengetahui dari kebenaran yang ada. *Womansupportwoman* pada hal ini memang terjadi pada korban perempuan, tetapi ketika rumor menjadi berita faktual para *fans* tidak merasa bersalah dengan *cyber bullying* yang mereka lakukan karena dianggap itu adalah hal yang benar dilakukan pada awalnya.

Nilai-nilai perempuan yang dipercayai oleh *fans* perempuan masih berbentuk patriarki karena tulisan-tulisan yang disajikan praktisi media seperti telah dikondisikan dalam “pola laki-laki” (*male patterns*). Perempuan dan segala stereotipnya dalam pandangan media massa adalah komoditas yang laku dijual. Media massa sebagai bagian dari lingkaran produksi yang berorientasi pasar menyadari adanya nilai jual yang dimiliki perempuan, terutama sebagai pasar potensial (Dian, 2014). Sehingga ketika perempuan telah kehilangan nilai dari dirinya, dirinya akan kehilangan *fans* juga sebagai penilai dari idola perempuan tersebut.

Fandom sendiri merupakan bentuk internalisasi dari masyarakat biasa berdasarkan kesukaan mereka. Internalisasi membentuk pemikiran mereka sendiri dan merasa berhak untuk menghakimi orang lain karena tidak sesuai dengan sistem dari idola itu bekerja.

Idola Korea Perempuan lebih banyak mendapatkan *cyber bullying* oleh akun-akun *cyber* karena dianggap mereka yang berada pada Twitter bisa menyembunyikan identitas mereka kecuali jenis kelamin mereka.

“*...gue sebagai cewek stand to korban dulu, tapi lama-kelamaan muak juga...*”
(Narasumber 4, 2022)

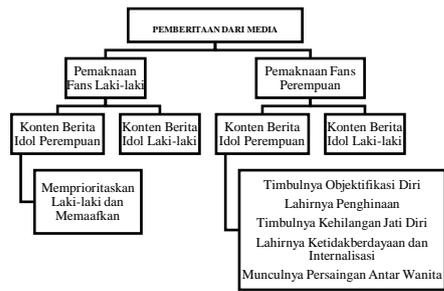
Berbalik dari akun anonim mereka melakukan *cyber bullying* terhadap orang lain dan ketika tahu mereka bersalah melakukan perundungan itu, mereka akan *deactive* akun lalu membuat akun *anonymous* yang baru. Hal ini membuat mereka bisa berlindung dibalik akun anonim dan melakukan internalisasi itu sendiri, karena bukan identitas asli yang mereka tunjukkan untuk melakukan tindakan *cyber bullying* tersebut. Berawal dari mereka melakukan *cyber bullying* hingga terjadi hal-hal yang membentuk *internalized misogyny*.

“*Aku mencoba biasa aja, tapi karena aku di fandom ya mau nggak mau harus ngedukung terus.*”
(Narasumber 3, 2022)

Berada di dalam *fandom* membuat mereka saling merasa terhubung satu sama lain antar *fans* satu dengan yang lainnya, sehingga pengetahuan untuk melakukan hal yang benar dan salah, semuanya dilakukan lebih mirip kepada keputusan bersama. Pertukaran informasi yang digabung dengan pengetahuan sebelumnya akan menimbulkan tiga elemen yang terkait dengan hadiah: memberi, menerima, dan membalas. Ketegangan dan negosiasi antara tiga hasil dalam penciptaan penggemar hubungan sosial sukarela di dasar kepentingan bersama—mungkin sumber media seperti acara TV atau, mungkin, *fandom* itu sendiri. Perpindahan *Fandom* ke Internet berarti bahwa *item* yang dipertukarkan adalah *hyperreal* dan mampu mereplikasi tanpa henti, berupa *internalized misogyny*.

DISKUSI

Menurut Bozkur (2020), seksis memerupakan tindakan menyepelkan keberadaan perempuan. Hal tersebut menjadi latar belakang diremehkannya hak hidup dan berkembang bagi perempuan dengan menolak segala pemikiran, pendapat, pandangan, nilai, perasaan,



Bagan 1. Hasil Analisis Peneliti pada *Internalized Misogyny* terhadap Pemberitaan Idola Korea

preferensi, dan pilihan perempuan demi sebuah keharusan untuk memprioritaskan kepentingan dan status laki-laki.

Hal-hal seksis ini terjadi kepada sesama perempuan, sehingga wujud patriarkis dari berita ini adalah para *fans* memprioritaskan pria sebagai *idol* yang bisa dimaafkan. Berbeda dengan perempuan harus bersikap ideal secara heteronormatif pada setiap sikapnya. Setiap bagan memperhatikan alur berpikir dari artikel ini. Perempuan yang terinternalisasi dan laki-laki yang dimaafkan. Menjelaskan dan mendeskripsikan kompetisi di dalam gender yang sama merupakan strategi untuk bisa menarik perhatian dari lawan jenisnya (Shim, 2006).

Persaingan diantara perempuan di sini memberikan kesempatan membentuk dikotomi itu sendiri. Berita yang menampilkan Kim Garam sebagai pelaku padahal belum tentu dia bersalah pada saat itu sehingga menimbulkan cara berpikir bahwa untuk menarik perhatian dari lawan jenis harus bersikap tidak seperti Kim Garam pada kehidupan sehari-hari. Pemahaman tersebut akhirnya menciptakan konstruksi gender bahwa perempuan dalam persaingannya bisa mendapatkan perhatian lawan jenis yang di mau selama bisa menjatuhkan orang lain yang menjadi lebih rendah.

Timbulnya Objektifikasi Diri

Objektifikasi seksual terjadi ketika bagian tubuh diperlakukan seperti objek yang bisa “dinikmati” melalui pandangan atau bahkan sentuhan. Walaupun laki-laki bisa mengalami hal tersebut, perempuan mempunyai kecenderungan lebih besar diperlakukan demikian. Hal itu terjadi pada Kim Garam dalam pemberitaannya, salah satu akun yang mengatakan bahwa Kim Garam hanya akan dikenal sebagai

seorang pem-bully bahkan yang diingat merupakan gambar kemaluan, yang setelahnya telah terbukti tidak bersalah.



Gambar 1. Tangkapan layar menunjukkan hal yang diingat dari Kim Garam berupa bentuk seksual

Sumber: Dokumen Penulis, 2022

Keyakinan ini bahkan tidak hanya dipengang oleh laki-laki, tetapi juga perempuan itu sendiri. Ini membuktikan betapa tindakan objektifikasi seksual tersebut secara tidak sadar telah terinternalisasi oleh masyarakat karena kejadian yang terus-menerus dibiarkan. Efek paling terlihat dari tindakan yang seolah dianggap biasa ini adalah objektifikasi diri sendiri (*self-objectification*). Ini terjadi ketika perempuan terus-menerus memperhatikan penampilannya dan berusaha untuk selalu tampil sempurna. Apabila terus-menerus dibiarkan, hal tersebut bisa mengganggu kepercayaan diri seseorang, terlebih ketika mereka merasa tidak bisa memenuhi ekspektasi sekitar tentang penampilan dirinya.

Lahirnya Penghinaan

Ketika rumor terkait perundungan yang dilakukan oleh Kim Garam tersebar, banyak penggemar *K-Pop* yang tak segan memberikan pandangannya, bahkan dengan menyisipkan kata-kata kotor yang menjadikannya sebuah ujaran kebencian. Pada saat itu, tak ada satupun informasi yang telah mengkonfirmasi tindakan Kim Garam. Namun, para penggemar, khususnya perempuan, tidak segan untuk membela sosok “korban” dengan menjatuhkan posisi Kim Garam. Seperti pada tangkapan layar di bawah, seorang *fans* melontarkan ujaran ke-

bencian terhadap Kim Garam, bahkan dengan membuat narasi yang sangat tidak berdasar dan keluar dari konteks pemberitaan pada saat itu.



Gambar 2. Bentuk *cuitan* penghinaan

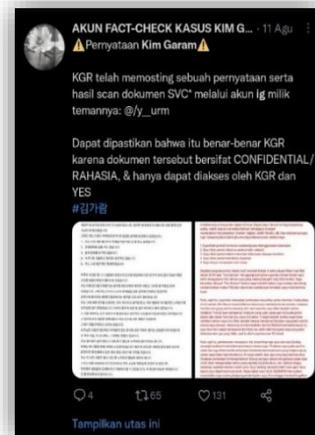
Sumber: Dokumen Penulis, 2022

Hal ini dapat terjadi karena tingkat sentimen yang tinggi setelah maraknya sosialisasi bahaya *bullying* sejak lima tahun terakhir. Ujaran kebencian sendiri menjadi hal yang lazim bagi seorang idola, lantaran adanya *stereotyping* bahwa seorang *idol* harus memiliki kepribadian layaknya malaikat dan dapat menjadi panutan bagi khalayak. Dalam kasus Kim Garam, posisinya semakin dijatuhkan sebagai seorang perempuan karena tuntutan sosial untuk menjadi pribadi yang sempurna.

Timbulnya Kehilangan Jati Diri

Konsepsi sosial tentang perempuan telah ada selama berabad-abad dan masih berkembang hingga saat ini. Demi membangun citra perempuan baik, mereka harus mampu tampil sopan, santun, lembut, berpenampilan menarik, dan memiliki intelektual yang baik. Sedikit saja kesalahan dan ketidaksesuaian yang diperbuat oleh perempuan sering kali dijadikan sebagai alat bagi masyarakat untuk menyerang dan menjatuhkan posisi perempuan. Hal ini menjadi kontradiksi ketika Kim Garam seorang idola yang dianggap harus sempurna di publik terkena kasus perundungan. Budaya patriarki yang berkembang dalam masyarakat, memiliki tuntutan yang kontradiktif bagi perempuan. Di satu sisi perempuan diposisikan menjadi masyarakat kelas kedua dengan berbagai diskriminasi yang diperoleh, di sisi

lain perempuan dituntut untuk selalu menjadi sempurna demi memuaskan keinginan publik.



Gambar 3. Bentuk *cuitan* Kim Garam ketakutan menunjukkan dirinya di publik

Sumber: Dokumen Penulis, 2022

Perempuan dituntut memiliki *feminine items* (sifat feminin) untuk dapat disebut sebagai perempuan sempurna dan idaman. Memiliki sifat penuh kasih sayang, ceria, lembut, simpatik, pengertian, hangat, tidak menggunakan bahasa yang kasar, dan peka terhadap kebutuhan orang lain (Linden, 2017). Bagi perempuan yang tidak memiliki sifat-sifat tersebut, maka akan dianggap tidak sesuai dengan perempuan menurut narasi dominan, dan kurang sempurna sebagai perempuan.

Lahirnya Ketidakberdayaan dan Internalisasi

Konsep gender laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial-kultural mengasumsikan laki-laki sebagai sosok yang kuat dan perkasa, sedangkan perempuan sebagai sosok cantik, lembut, keibuan, penuh kasih, dan emosional. Dalam kasus Kim Garam, internalisasi terjadi karena para penggemar percaya bahwa konstruksi yang dibangun tentang perempuan adalah kebenaran mutlak. Fakta bahwa Kim Garam ditolak oleh penggemar tepat setelah kasusnya diketahui publik mencerminkan refleksi atas pemahaman yang mereka ketahui. Proses sosialisasi dan pengetahuan gender ini mempengaruhi seseorang melihat berita dari Kim Garam. Masyarakat memiliki tipe ideal yang sama karena adanya pranata yang dianut bersama sedangkan Kim Garam dalam pemberitaannya tidak sesuai dengan pranata tersebut. Nilai yang ditanamkan dari generasi hingga generasi lalu melihat seorang *public figure* diberitakan hal yang

negatif membuat *fans* perempuan marah karena mereka memiliki kesamaan rasa di situ.

Nilai-nilai yang didapatkan berdasarkan pengetahuan gender yang mereka miliki sejak kecil ini berdasarkan nilai turun-temurun menyesuaikan tindakan perempuan secara normatif. *Fans* laki-laki di sini melihat tipe ideal berdasarkan pengetahuan gender mereka juga, sesuai dengan hal-hal yang diajarkan, namun Kim Garam tidak sesuai dengan hal itu. Namun, dikarenakan dikotomi dari *fans* laki-laki sosok yang obsesif namun tidak “*loud*”, mereka tetap bisa menerima hal itu dan melupakan begitu saja. “Baik dan buruk” secara normatif masih menjadi cara pandang untuk melihat pemberitaan dari Kim Garam ini, sehingga mereka menginternalisasi bahwa perempuan tidak seharusnya seperti Kim Garam.

Munculnya Persaingan antar Perempuan

Penolakan secara otomatis ditujukan kepada perempuan yang bertindak bertentangan dengan struktur ideal masyarakat, apalagi jika mereka adalah figur publik. *Fans* perempuan menganggapnya menyimpang dan merasa superior, sehingga mereka berhak melakukan *cyber bullying*. Namun, itu juga bisa berarti bahwa mereka menutupi kekurangan mereka, mengingat Kim Garam adalah figur publik yang tidak menonjolkan diri dan mereka seharusnya tidak melindunginya. Rasa iri pasti ada di dalam diri sesama perempuan karena Kim Garam sejak usia muda berhasil mewujudkan impiannya walau kandas. Bukannya termotivasi jadi lebih baik malah menghabiskan waktu hanya untuk mencari kesalahan perempuan lain yang dianggap sebagai pesaing.

Perempuan jarang membentuk kelompok dengan perempuan lain yang tidak punya hubungan sama sekali dengannya. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan darah atau persahabatan, sebaliknya rata-rata lelaki lebih bisa berkelompok dengan orang yang tak ada hubungan erat, tapi mereka disatukan atas dasar lain, misalnya keahlian. Ini membuat perempuan menganggap perempuan lain yang tidak berhubungan dengannya sebagai “saingan”. Mayoritas perempuan bersaing secara tersirat agar mereka tidak terlihat sangat kompetitif satu sama lain. *Fans* perempuan tidak menimbulkan aksi fisik dengan saling melukai atau berlomba secara fisik namun

mereka membandingkan dirinya dengan Kim Garam sehingga secara normatif masyarakat bisa menilai bahwa dirinyalah yang memiliki strata lebih tinggi.

SIMPULAN

Media sosial Twitter mengakomodir setiap hubungan jarak jauh antar *fans* yang tergabung di dalam *fandom* ini. Sehingga terkadang hal-hal yang seharusnya tidak ada di ruang publik nyata, diunggah ke mediasosial dan membuat sensasi. Biasanya kebanyakan dari mereka yang dianggap mencari sensasi ini akan kembali dihakimi oleh para perempuan di dalam *fandom*. *Cyber fans* akun ini menjadi persona mereka sendiri untuk menginternalisasi perempuan-perempuan sehingga terbentuklah *internalized misogyny* terhadap satu dengan yang lainnya. Padahal, berita-berita yang beredar belum tentu ada kebenarannya. Bahkan beberapa berita yang telah terbukti bahwa *K-Pop Idol* perempuan tidak bersalah, tetap saja dianggap mereka pantas menerima tindakan *internalized misogyny*, karena dianggap tidak sesuai norma yang berlaku. Perempuan di dalam *fandom* masuk ke dalam *sub-culture* yang memiliki karakteristik tersendiri. Namun, dalam hal pemaknaan pada berita mereka masih memakai pengetahuan gender normatif sehingga perilaku mereka dalam menanggapi berbagai kejadian masih heteronormatif dengan mengedepankan laki-laki. Di sisi lain, penggemar laki-laki hanya berfokus pada cara mereka menanggapi tanpa adanya sentimen yang berlebihan, kecuali jika berhubungan dengan seseorang yang secara personal terhubung dengan mereka di dunia nyata. Melalui pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa globalisasi memiliki peran yang besar dalam eksplorasi kasus dan penelitian terkait gender dan *bullying*. Di samping kemajuan teknologi dan informasi, masyarakat dunia masih tidak bisa terlepas dari nilai-nilai dan konstruksosial yang bersifat tradisional, khususnya budaya patriarki. Dalam arti lain, dapat dikatakan bahwa masyarakat belum sepenuhnya siap menghadapi perkembangan, sehingga sentimen dan opini yang dilonarkan menjadi tidak terkontrol. Penelitian ini diharapkan bisa membantu di masa depan untuk melihat *internalized misogyny* dari budaya populer dan berita yang sedang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C., & Shim, D. (2015). *Filling the void: Researching the Korean Wave (Hallyu) fandom*. *The Journal of Fandom Studies*, 3(1).
https://doi.org/10.1386/jfs.3.1.3_1
- Anshari, F. (2018). *Elemen "Tawuran Virtual" Antar Fans Sepakbola Di Indonesia*. WACANA, *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 39.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v17i1.511>
- Armysensusteam. (2022).
<https://www.btsarmycensus.com/2022-results> diakses 22 Mei 2022.
- Bozkur, B. (2020). *Developing Internalized Sexism Scale for Women: a Validity and Reliability Study*. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 5(11), 1981–2028.
<https://doi.org/10.35826/ijoecc.289>
- Brown, J. D. (2002). *Mass media influences on sexuality*. In *Journal of Sex Research* (Vol. 39, Issue 1).
<https://doi.org/10.1080/00224490209552118>
- Busse, K., Coppa, F., Hellekson, K., De Kosnik, A., Russo, J. L., & Lothian, A. (2009). In *Focus: Fandom and Feminism: Gender and the Politics of Fan Production*. In *Cinema Journal* (Vol. 48, Issue 4).
- Cavicchi. (2014). *Fandom Before "Fan." Reception: Texts, Readers, Audiences, History*, 6.
<https://doi.org/10.5325/reception.6.1.0052>
- Chafilaidina, S. (2021). *Perencanaan Strategis Program Kampanye Public Relations Narasi TV Melalui Hastag #Jadipaham Syawalia Putri Chafilaidina & Asep Soegiarto*. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(1), 40–51.
- Dian, Antonius. (2014). *"Media sebagai Perpanjangan Tangan Kaum Laki-laki: Kajian Feminis dalam Media dan Teknologi"*.
<https://www.kompasiana.com/antoniusdian/54f8487da3331169638b514d/media-sebagai-perpanjangan-tangan-kaum-lakilaki-kajian-feminis-dalam-media-dan-teknologi> (diakses tanggal 22 November 2022).
- Englander, E. (2012). *Cyberbullying among 11,700 Elementary School Students, 2010- 2012*. MARC Research Reports.
- F. (1868). *Creswell. Notes and Queries*, s4-l(25), 577.
<https://doi.org/10.1093/nq/s4-l.25.577-c>
- Fiske, J. (2010). *Understanding Popular Culture*. London; New York. Routledge.
- Gray, J., Harrington, C. L. & Sandvoss, C. (2007). *Fandom: Identities and Communities In A Mediated World*. New York University Press.
- Gray, R. D., Greenhill, S. J., & Ross, R. M. (2007). *The Pleasures and Perils of Darwinizing Culture (with Phylogenies)*. *Biological Theory*, 2(4), 360-366.
<https://doi.org/10.1162/biot.2007.2.4.360>
- Heryanto, A. (2012). *Budaya Populer di Indonesia; Mencairnya identitas pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kertamukti, R., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., & Scholar, G. (2022). *Virtualitas Diri dalam Ruang Masyarakat Cyber*.pdf. July.
- Lamerichs, N. (2020). *Shared Narratives: Intermediality in Fandom*. In *Productive Fandom*.
<https://doi.org/10.1017/9789048528318.001>
- Lee, J. Y. S. (2016). *Dilemma of the lovesick hero: Masculine images and politics of the body in seventeenth-century Korean love tales*. *Journal of Korean Studies*, 21(1).
<https://doi.org/10.1353/jks.2016.0001>
- Linden, H., & Linden, S. (2016). *Fans and fan cultures: Tourism, consumerism and social media*. In *Fans and Fan Cultures: Tourism, Consumerism and Social Media*.

- <https://doi.org/10.1057/978-1-137-50129-5>
- Lyan, I., & Levkowitz, A. (2015). From Holy Land to 'Hallyu Land': The symbolic journey following the Korean Wave in Israel. *3*(1), 7–22.
<https://doi.org/10.1386/jfs.3.1.7>
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2018). *Does social media make people happier? In How the World Changed Social Media*.
<https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35.20>
- Nugroho, A. W. (2009). *Komunikasi Interpersonal Antara*. 20–41.
- Perrewé, P. L., & Carlson, D. S. (2004). *Do men and women benefit from social support equally? Results from a field examination within the work and family context. Gender, Work Stress, and Health*. October 2016, 101–114.
<https://doi.org/10.1037/10467-007>
- Rueda, M. (2007). *Feminisme untuk pemula*. Yogyakarta: Resist Book Segers, R.T. (2000).
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan parasosial di media sosial: Studi pada fandom army di twitter
file:///C:/Users/hi/Downloads/582-Article Text-1279-3-10-20191121 (1).pdf. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, *8*(1), 45–58.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture and Society*, *28*(1).
<https://doi.org/10.1177/0163443706059278>
- Storey, J. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Storey, J. (2014). *From Popular Culture To Everyday Life*. NY: Routledge.
- Yunita, R. (2023). Perundungan Maya (Cyber Bullying) Pada Remaja Awal. *Muhafadzah*, *1*(2), 93–110.
<https://doi.org/10.53888/muhafadza.h.v1i2.430>
- Zulfiyah, W., & Nuqul, F. L. (2019). Pengaruh Sexism dan Self Esteem Terhadap Self Objectification pada Mahasiswi. *Proyeksi*, *14*(1), 1–11.
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/proyeksi/article/view/4180/3173>