

**GERAKAN ANTI *CHILD-GROOMING* DI MEDIA SOSIAL
(Studi Pada Akun Instagram @terselimuti)**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Sosiologi



Oleh:
ZAINAB HAURO AISYAH
NIM. 1906026125

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**GERAKAN ANTI CHILD GROOMING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @TERSELIMUTI)**

Disusun Oleh:

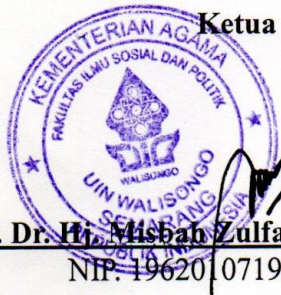
Zainab Hauro Aisyah

1906026125

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 18 Desember
2023 dan dinyatakan **LULUS**

Susunan Dewan Penguji

Ketua



Prof. Dr. H. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum
NIP. 196201071999032001

Sekretaris



Akhriyadi Sofian, M.A
NIP. 197910222016011901

Penguji Utama I



Kaiser Atmaja, M.A
NIP. 198207132016011901

Mengetahui,
Pembimbing I



Akhriyadi Sofian, M.A
NIP. 197910222016011901

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi saudara/i:

Nama : Zainab Hauro Aisyah

NIM : 1906026125

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Gerakan Anti Child-grooming di Media Sosial (Studi pada Akun Instagram @terselimuti)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 5 Desember 2023

Pembimbing

Bidang Substansi Materi dan Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Akhriyadi Sofian, M.A

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya Zainab Hauro Aisyah menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Gerakan Anti Child-grooming di Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram @terselimuti)” adalah hasil karya penulisan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya pihak lain yang diajukan guna memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Walisongo Semarang ataupun di lembaga pendidikan tinggi lainnya. Sumber-sumber yang menjadi referensi dan rujukan dalam penulisan skripsi ini, saya sertakan dalam daftar pustaka. Apabila terdapat unsur-unsur plagiarisme dalam tulisan skripsi saya siap bertanggungjawab dan siap menerima konsekuensi yang ada. Sekian dan terima kasih.

Semarang, 5 Desember 2023

Yang Menyatakan



Zainab Hauro Aisyah
1906026125

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Gerakan Anti *Child-Grooming* di Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram @terselimuti)". Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada pemimpin umat Islam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menjadi umat yang berakhlakul karimah, berpengetahuan dan berintelektual. Selesaiannya penulisan skripsi ini merupakan sebuah nikmat yang luar biasa yang penulis dapatkan dan merupakan sebuah hasil akhir dari akumulasi proses pembelajaran yang penulis dapatkan selama penulis berkuliah di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses pembelajaran penulis selama berkuliah di Fisip UIN Walisongo Semarang dan dalam penulisan skripsi ini tidak dapat penulis selesaikan tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Plt. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Nizar M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan dan menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum atas segala ilmu, bimbingan, motivasi dan arahan yang diberikan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Sosiologi Fisip UIN Walisongo Semarang, Naili Ni`matul Illiyyun M.A. yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Sekertaris Jurusan Sosiologi Fisip UIN Walisongo Semarang, Akhriyadi Sofyan M.A yang juga sekaligus merupakan dosen pembimbing skripsi atas segala ilmu, arahan, dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu mengaplikasikan ilmu yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
5. Segenap jajaran Dosen dan Staf Administrasi FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu serta bimbingan sehingga penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang diberikan kepada penulis.
6. Wali Dosen penulis, Kaiser Atmaja M.A yang tidak hentinya memberi dukungan dan motivasi serta membimbing penulis dari awal masuk perkuliahan sampai penulisan ini selesai.

7. Oma, Ibu dan Ayah penulis, Dra. Chadidjah S. P. Kaluku, Ritha Rossenita dan Fajar Febriansyah serta kakak-kakak penulis Carolina Parera, Michelle Pricillia P., Putri Meutia N., Bagus Wicaksono, Suci Amalia P. dan Fathu Shury M. atas segala dukungan dan motivasi yang tak terhingga bagi penulis sehingga mampu melalui hari-hari penulis sampai titik ini.
8. Pengurus akun @terselimuti Cindy Indira Maharani, Niken, serta jajarannya, serta narasumber terpilih yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Psikolog penulis, Yanny Elok W., teman-teman penulis, Andreas Noviandika, Jihan Faridah, Feby Anasari, Eden Setyowati, Yenny Sugiharto, Faris Nur Rahman, Alifa Alang, Aditya Yuda, Alya Rasikah, Laila Farika Mahdum, Bayu Puji Brajamukti, Muhammad Faizal F., Muhammad Hanif Al Azhar R., Windy Oktaviani, Nanda Wahyu P. I., Fathihah, Nadhifa Atha, Yuanita Sekti N., Syafira Ayuningtyas, Angga, Bramasta Yudha, mentor penulis Yulia Djunaidi, Santi Febianti, dan Richard Karyadi, Johnny Suh serta Jeong Jaehyun yang tak henti-hentinya memberi semangat dan doa untuk penulis sampai pada selesainya penulisan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan dan penulisa skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Dengan segala kerendahan hati dan ucapan syukur, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga apa yang diberikan kepada penulis akan mendapat balasan dari Allah SWT dengan balasan yang lebih baik.

Selanjutnya penulis menyampaikan permohonan maaf apabila dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekuarangan, kritik dan saran agar menjadi koreksi bagi penulis. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih atas segala perhatian yang diberikan.

Semarang, 5 Desember 2023
Yang Menyatakan

Zainab Hauro Aisyah
1906026125

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirohim

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang Saya persembahkan karya ini untuk Oma, Ibu dan Ayah penulis, Dra. Chadidjah S. P. Kaluku, Ritha Rossenita dan Fajar Febriansyah yang telah memberikan seluruh doa dan dukungan di setiap langkah saya.

Serta untuk Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Prodi Sosiologi yang menjadi tempat bagi saya untuk menuntut ilmu yang insyaallah akan sangat berguna bagi masa depan saya.

MOTTO

Have courage and be kind
- Cinderella

ABSTRAK

Maraknya kekerasan seksual pada anak membuat banyak pihak resah. Bukan hanya kekerasan seksual dengan gamblang, namun berbagai macam modus untuk mengambil hati korban dan mengarahkannya kepada kegiatan seksual yang disebut *child-grooming* pun dilakukan oleh pelaku pelecehan seksual. Sehingga banyak bermunculan gerakan anti *child-grooming* yang digencarkan di Indonesia melalui media-media daring. Gerakan ini bermunculan melalui berbagai medium, khususnya media sosial. Salah satunya adalah gerakan yang dilakukan oleh akun Instagram @terselimuti dalam mengedukasi dan menjadi wadah bagi korban *child-grooming*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja ekspresi yang digunakan oleh akun Instagram @terselimuti sebagai media edukasi *child-grooming* dan bagaimana dampaknya kepada pengikut akun Instagram @terselimuti.

Jenis penelitian lapangan secara daring dengan metode kualitatif dan pendekatan netnografi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ekspresi-ekspresi yang digunakan akun @terselimuti dalam gerakannya, alasan mengapa ekspresi tersebut digunakan, dan dampak pada audiens di Instagram. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dari hasil wawancara dan observasi pada pengurus akun @terselimuti dan audiensnya serta data sekunder dari media, buku, artikel jurnal, dan lainnya. Ada pula metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, hasil yang didapatkan adalah ekspresi yang digunakan oleh akun Instagram @terselimuti sudah sangat beragam mengikuti cara belajar masyarakat secara umum seperti, foto, desain, suara, video, dan tulisan. Terdapat dampak positif yang dirasakan oleh pengikut akun @terselimuti, salah satunya adalah makna yang tepat dari *child-grooming* serta beragam ciri dan bentuk modus pelaku. Sejalan dengan teori George Herbert Mead dalam Interaksionisme Simbolik, ekspresi atau bahasa yang digunakan dapat membentuk atau mengubah makna dari suatu hal, termasuk *child-grooming* yang dapat akun @terselimuti sajikan sehingga membentuk satu pemahaman utuh pada audiens.

Kata Kunci: Instagram, Gerakan Anti Kekerasan Anak, *Child-grooming*, George Herbert Mead, Interaksionisme Simbolik.

ABSTRACT

The increasing prevalence of child sexual abuse has caused widespread concern. It's not just overt sexual violence, but various methods of winning over victims and leading them towards sexual activities, known as child grooming, are being employed by sexual predators. As a result, numerous anti-child grooming movements have emerged in Indonesia through online media. These movements are particularly active on social media, with one such example being the Instagram account @terselimuti, which focuses on educating and providing a platform for child grooming victims. This research was conducted to identify the various expressions used by the Instagram account @terselimuti as a medium for educating about child grooming, and to understand its impact on the followers of the @terselimuti Instagram account.

In this research, a type of online field study using qualitative methods and a netnographic approach was utilized to understand the expressions used by the @terselimuti account in its campaign, the reasons why these expressions were chosen, and their impact on the Instagram audience. There were two sources of data in this study: primary data from interviews and observations of the @terselimuti account managers and their audience, and secondary data from media, books, journal articles, and others. The data collection methods used in this research included observation, interviews, and documentation

The findings reveal that the expressions used by the @terselimuti Instagram account are varied and follow general public learning methods, such as photos, designs, sounds, videos, and writings. There is a positive impact felt by the followers of @terselimuti, one of which is a clear understanding of child grooming, including its various characteristics and perpetrator tactics. In line with George Herbert Mead's Symbolic Interactionism theory, the language or expressions used can shape or change the meaning of something, including child grooming, as presented by @terselimuti, thus forming a comprehensive understanding for the audience.

Keyword: Instagram, Anti Child Abuse Movement, Child-grooming, George Herbert Mead, Symbolic Interactionism.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
<i>MOTTO</i>	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	22
BAB II GERAKAN ANTI CHILD-GROOMING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE HERBERT MEAD	25
A. Gerakan Anti <i>Child-grooming</i> di Media Sosial Instagram.....	25

1. Gerakan Anti <i>Child-grooming</i>	25
2. Media Sosial	28
3. Instagram	28
4. Perspektif Islam Mengenai Perlindungan dari tindakan <i>Child-grooming</i>	29
5. <i>Child-grooming</i>	31
B. Teori Interaksionisme Simbolik George H. Mead	35
1. Konsep Interaksionisme Simbolik Menurut George H. Mead	35
2. Asumsi Dasar Interaksionisme Simbolik menurut George H. Mead.....	37
3. Istilah-istilah Penting dalam Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead	38
4. Implementasi Teori Interaksionisme Simbolik	39
BAB III INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIAL DAN GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @TERSELIMUTI	
41	
A. Instagram Sebagai Media Sosial	41
1. Sejarah	41
2. Fitur	44
B. Profil Akun @terselimuti	45
1. Sejarah dan Struktur Pengurus Akun @terselimuti.....	46
2. Visi Misi	49
3. Tujuan.....	49
4. Program	51
5. Aktivitas	53
BAB IV BENTUK-BENTUK EKSPRESI DAN ALASAN PUBLIKASI NARASI ANTI CHILD-GROOMING DI AKUN @TERSELIMUTI	
59	
A. Bentuk-bentuk Ekspresi Akun @terselimuti.....	59

1. Desain.....	59
2. Reels Video	67
3. Instagram Story	70
4. Instagram Highlights	72
5. Live Instagram.....	73
B. Alasan Akun @terselimuti Terbentuk.....	74
1. Pengalaman personal pendiri @terselimuti sebagai korban...	74
2. Miskonsepsi tentang <i>child grooming</i> (multi-tafsir).....	77
C. Alasan Akun @terselimuti Menggunakan Ekspresi yang Digunakan.....	79
1. Edukasi datang darimana saja	79
2. Perbedaan cara manusia menangkap informasi.....	80
3. Mengajak masyarakat untuk berinteraksi di ranah publik.....	81

**BAB V DAMPAK AKUN @TERSELIMUTI TERHADAP PENGIKUT
DAN PENGURUS84**

A. Dampak Akun @terselimuti Terhadap Pengikut.....	84
1. Pengetahuan yang lebih mendalam tentang <i>child-grooming</i> .	84
2. Mengidentifikasi perilaku <i>child-grooming</i>	86
3. Menyebarkan kesadaran akan perilaku <i>child-grooming</i> ,	87
4. Mempunyai sumber informasi tentang <i>child-grooming</i>	88
B. Dampak Akun @terselimuti Terhadap Pengurus.....	91
1. Jejaring baru	91
2. Pengalaman <i>Public Speaking</i>	91
3. Pengurus Dapat Meningkatkan Followers akun @terselimuti di Instagram	93
4. Bertambahnya Relasi dengan Forum Sosial.....	94
5. Memberi Pertolongan Pertama Korban <i>Child-grooming</i>	96

BAB VI PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Jumlah Pengikut akun Instagram @terselimuti	3
Gambar 2.	Postingan Instagram @terselimuti yang disematkan tentang pengertian <i>child-grooming</i>	3
Gambar 3.	Unggahan misi menyebarkan kesadaran akan <i>child-grooming</i>	4
Gambar 4.	Salah satu tugas kampanye & Timeline <i>campaign</i> #BeraniBersama	5
Gambar 5.	Foto dan video bermesraan yang tersebar.....	46
Gambar 6.	Profil akun Instagram @terselimuti.....	45
Gambar 7.	Bilik Tanya Terselimuti dan Kerjasama	52
Gambar 8.	Contoh desain pada akun @terselimuti	59
Gambar 9.	Gambar Referensi-referensi yang Dipakai @terselimuti.....	64
Gambar 10.	Gambar Salah Satu Konten Reels Video	68
Gambar 11.	Salah satu contoh Instagram Story pada akun Instagram @terselimuti.....	71
Gambar 12.	Caption unggahan akun Instagram @terselimuti.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Konsen Wawancara	109
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	110
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara	111
Lampiran 4. Contoh-contoh Konten.....	113
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	114

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gerakan anti *child-grooming* dewasa ini banyak digencarkan di Indonesia melalui media-media daring. Menurut Gill dan Harrison *child-grooming* ialah proses pendekatan terhadap anak yang bertujuan merayu korban dalam melakukan tindakan seksual (Gill & Harrison, 2015). Pelaku memakai banyak cara dalam proses mendekati anak dengan tujuan membujuk mereka (korban) untuk melakukan aktivitas seksual. Selain itu hal ini juga memerlukan akses berkomunikasi dengan korban, waktu, dan keterampilan untuk memikat korban agar mau diajak bekerjasama dengan pelaku kekerasan seksual (Andaru, 2021). Gerakan ini bermunculan melalui beragam medium, beberapa diantaranya seperti yang dilakukan oleh #UnalaCare dengan mengadakan gelar wicara bertajuk ‘*Grooming: Modus Baru Kekerasan Seksual Terhadap Anak & Remaja*’ dan lengkap dengan infografis tentang *child-grooming* (Andini, 2020). Gerakan anti *child-grooming* ini digaungkan karena urgensi modus pelecehan seksual kepada anak belum banyak disadari oleh masyarakat di Indonesia, khususnya yang terjadi pada media daring.

Berdasarkan hasil laporan yang bersumber dari UNICEF mendekati Hari Anak Nasional pada 23 Juli 2022 terkait eksploitasi seksual dan perlakuan tidak tepat pada anak di dunia digital terdapat sekitar 500.000 anak Indonesia telah menjadi korban eksploitasi seksual disertai perlakuan tidak tepat di dunia digital dalam kurun waktu 1 tahun terakhir dan kemungkinan lebih dari data tersebut karena banyak anak yang belum melaporkan. Gerakan ini dinilai efektif digaungkan melalui media sosial karena berdasarkan data dari UNICEF anak berumur 12-17 tahun dengan total 26 juta anak adalah pemakai internet aktif yang setidaknya mengakses media sosial dua kali setiap harinya (UNICEF Indonesia, 2022). Contoh nyata kasus *child-grooming* di Indonesia seperti yang dilansir oleh Republika, kasus *child-grooming* ini dapat terjadi dalam suatu

permainan daring melalui gawai pintarnya, kemudian permainan tersebut membutuhkan *diamond* atau alat tukar dalam permainan tersebut yang harus dibeli menggunakan uang di dunia nyata. Sehingga, banyak anak untuk mendapatkan alat tukar tersebut, memberikan foto tidak memakai pakaian kepada orang-orang yang biasanya lebih tua, yang menawari pertukaran mutualisme tersebut (Laveda, 2022).

Gerakan anti *child-grooming* ini pernah diteliti oleh The Insititute of Public Care Universitas Oxford Brookes yang berisi beragam upaya pencegahan eksploitasi seksual pada anak, salah satunya berisi kunci untuk menyebarkan kesadaran akan *online groomer* bagi anak-anak. Dalam salah satu penelitian tersebut membahas hasil dari lokakarya Kent Safeguarding Children Board yang bekerjasama dengan Barnardo untuk membuat peningkatan kesadaran akan eksploitasi seksual pada anak yang diikuti oleh semua orang yang bekerja dengan anak atau remaja secara langsung maupun tidak langsung. Lokakarya tersebut berisi video yang dikemas untuk menaikkan kesadaran anak-anak akan perilaku *grooming* dengan menampilkan korban eksploitasi seksual anak yang nyata melakukan beberapa kesaksian akan peristiwa yang dialaminya (Institute of Public Care, 2015).

Dalam tulisan ini, penulis meneliti akun Instagram @terselimuti yang berfokus pada *child-grooming*. Dari urgensi dan isu yang disebutkan di atas, pendiri akun @terselimuti Cindy Maharani Indira tergerak membentuk suatu wadah untuk anak-anak yang sedang atau pernah mengalami *child-grooming* serta menyebarkan kesadaran akan *child-grooming* ini ke seluruh masyarakat, terutama orang tua agar anaknya terlindungi dari modus-modus pelaku *child-grooming* seperti yang sudah dipaparkan melalui media sosial Instagram. Akun instagram @terselimuti didirikan pada tanggal 10 Agustus 2021. Sampai saat tulisan ini dibuat, akun Instagram @terselimuti mempunyai 56 unggahan konten pada bagian *feeds*, 26 video *reels*, dan memiliki 3.834 pengikut.

Gambar 1. Jumlah Pengikut akun Instagram @terselimuti



Sumber: Instagram @terselimuti

Gambar 2. Postingan Instagram @terselimuti yang disematkan tentang pengertian *child-grooming*



Sumber: Instagram @terselimuti

Akun Instagram @terselimuti memberikan edukasi melalui unggahan-unggahan yang berisi pengertian, ciri-ciri, serta data-data dari berbagai sumber yang didesain dengan sangat menarik dan bahasanya dapat dimengerti oleh seluruh lapisan masyarakat. Kata-kata yang tidak lumrah di masyarakat seperti *grooming*, *sexual grooming*, dan *child (sexual) grooming* dibuat singkat dan sederhana agar mudah dimengerti lapisan masyarakat manapun yang membaca konten tersebut. Tidak hanya itu, akun instagram @terselimuti sudah bekerjasama dengan ahli, seperti Kasandra and Associates Psychological Practice dalam bilik pengaduan untuk korban-korban *child-grooming*. Kekerasan seksual menjadi salah satu tantangan bagi masyarakat maupun pemerintah untuk melindungi hak-hak dasar individu di dalam masyarakat.

Berdasarkan wawancara pra-riset dengan pendiri akun @terselimuti, gerakan ini dimulai dengan adanya keresahan terhadap *child-grooming* yang terus merajalela di banyak belahan dunia. Akun ini pun tidak hanya bergerak secara luas pada medium Instagram, tetapi juga mengadakan program

kampanye relawan daring dengan nama #BeraniBersama dalam misi menyebarkan kesadaran tentang *child-grooming* ini kepada khalayak yang lebih luas melalui relawan-relawan yang mendaftarkan diri. Program ini diikuti lebih dari 60 peserta dari seluruh Indonesia dalam *batch 1* mereka. Kampanye #BeraniBersama *batch 1* ini dilaksanakan selama 3 minggu secara intens pada tanggal 5-25 Juni 2022, diperkasai oleh pengurus-pengurus akun Instagram @terselimuti yang membuat linimasa dengan sedemikian rupa.

Relawan diminta untuk menyebarkan kembali postingan-postingan dari akun Instagram @terselimuti agar dapat dilihat oleh pengikut dari masing-masing relawan sehingga informasi tentang *child-grooming* tersebar lebih luas.

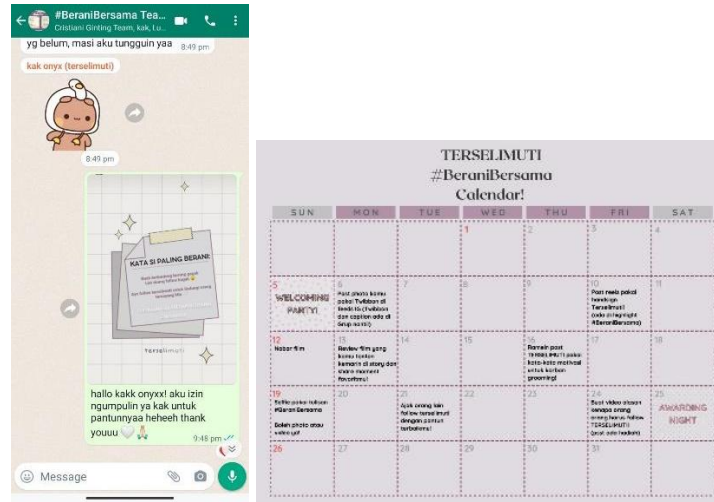
Gambar 3. Unggahan misi menyebarkan kesadaran akan *child-grooming*



Sumber: pencarian tagar #SiPalingBerani

Kemudian, relawan diedukasi tentang apa itu *child-grooming* melalui media pertemuan daring Zoom. Tidak hanya itu, relawan disajikan contoh-contoh nyata *child-grooming* di kehidupan nyata melalui film yang menggambarkan atau mengandung unsur *child-grooming*. Setelahnya, relawan diberikan tugas-tugas kampanye membuat video atau poster tentang *child-grooming* sehingga diharapkan relawan dapat lebih dalam mengerti tentang *child-grooming* dan dapat tersebar setidaknya kepada mutual atau pengikut dari relawan.

Gambar 4. Salah satu tugas kampanye & Timeline *campaign* #BeraniBersama



Sumber: grup Whatsapp #BeraniBersama Team Onyx

Adapun dengan dasar-dasar tersebut, penulis akan melakukan penelitian dengan judul ‘Gerakan Anti Child-grooming di Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram @terselimuti)’ guna menyelesaikan skripsi dengan membahas argumen akademis pada fokus penelitian gerakan yang dilakukan oleh akun Instagram @terselimuti.

B. Rumusan Masalah

Menurut penjelasan terkait latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan beberapa masalah pada penelitian ini, diantaranya:

1. Apa saja ekspresi yang digunakan oleh akun @terselimuti dalam kampanyenya tentang gerakan anti *child-grooming* secara daring?
2. Mengapa akun @terselimuti mengkampanyekan narasi *anti child-grooming* menggunakan ekspresi tersebut?
3. Bagaimana dampak akun @terselimuti terhadap pengikut dan pengurus?

C. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui ekspresi (foto, desain, suara, video, atau tulisan) seperti apa yang akun @terselimuti gunakan dalam kampanye;
2. Untuk mengetahui mengapa akun @terselimuti mempublikasikan narasi *anti child-grooming* menggunakan ekspresi tersebut;
3. Untuk mengetahui dampak yang dirasakan oleh pengikut akun dan dampak yang dirasakan oleh pengurus akun @terselimuti.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang akan diperoleh ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu bermanfaat untuk lembaga atau masyarakat yang ingin mengetahui tentang pelecehan seksual atau ingin mendirikan sebuah gerakan sosial guna memberikan lingkungan yang aman bagi anak-anak.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang ditulis di harapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi ilmu pengetahuan serta perguruan tinggi dan meluaskan kajian baik dalam bidang ekonomi, sosial serta lingkungan dalam hubungannya dengan *child-grooming* yang terjadi di masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam bagian ini, penulis akan melampirkan beberapa kajian sebelumnya yang berhubungan dengan judul skripsi, maka kajian pustaka akan dibagi menjadi 3 tema, yaitu tentang gerakan anti kekerasan anak, *child-grooming* dan media sosial.

1. **Gerakan Anti Kekerasan Anak**

Penelitian tentang gerakan anti kekerasan pada anak telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya Hikmawati & Chatarina (2016), Salam, dkk (2018), Probosiwi & Daud (2015) dan Dhamayanti, Windaningsih, &

Daru (2020). Dalam penelitian Hikmawati, anak-anak belum memahami bahwa peristiwa yang dialaminya adalah kekerasan seksual dan menyarankan pihak-pihak yang kompeten untuk menggalakkan GN-AKSA dengan optimalisasi program-programnya. Kemudian, kajian lainnya datang dari Salam, dkk yang membuat model perlindungan anak dari kekerasan bernama *Children Care Mainstreaming* dan dimonitoring dengan laporan bulanan dengan beberapa indikator yang dapat diimplementasikan oleh guru-guru di sekolah. Kajian lain, dari Probosiwi & Daud mengenai darurat kekerasan seksual kepada anak serta dicetuskannya upaya dan komitmen terhadap perlindungan anak dari pedofilia dan kekerasan seksual yang diperkasai oleh Kementerian Sosial RI melalui LKSA (Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak). Penelitian lain tentang gerakan anti kekerasan pada anak juga telah dikaji oleh Dhamayanti, Windaningsih, & Daru (2020), dimana menurutnya marketing sosial tentang anti kekerasan pada anak harus menggunakan strategi komunikasi dan materi yang tepat.

2. *Child-grooming*

Penelitian sebelumnya yang membahas mengenai *child-grooming* dilakukan oleh Ramadhan (2020), Salamor dkk. (2020), Holivia dan Suratman (2021), Andaru (2021), dan Afifah (2022). Dalam penelitiannya, Ramadhan (2020) berfokus pada konten aplikasi yang digunakan untuk melakukan *child-grooming* oleh oknum pelaku melalui media sosial dengan fitur *personal chat*, *video call*, fitur pengirim foto, gambar, video, serta suara, kesimpulan yang dapat diambil adalah platform media sosial yang biasanya digunakan oleh pelaku adalah Facebook, Line, Instagram, WeChat, dan layanan media sosial sejenis lainnya, tindak pidana yang dapat dikenakan merujuk pada UU No.19 tahun 2016 tentang ITE, terdapat juga pemenuhan unsur pidana atas tindakan pelaku *child-grooming* pada Pasal 76E UU no.35 Tahun 2014. Penelitian yang dilakukan oleh Salamor, dkk (2020) memfokuskan tindakan *child-grooming* pada permainan Hago.

Dalam melancarkan aksinya, pelaku melakukan modus meminta nomor korban dan melakukan pendekatan emosional hingga timbul rasa empati antar pelaku-korban, kemudian pelaku meminta foto dan video korban tanpa pakaian. Penelitian lain yang membahas mengenai *child-grooming* dikaji oleh Holivia & Suratman (2021) memfokuskan pada kasus *child cyber grooming* di Kota Malang yang belum dilakukan penanganan oleh penegak hukum. Kesimpulan yang dapat diambil adalah teknologi berkembang dengan cepat hingga berpengaruh pada kehidupan bermasyarakat khususnya untuk mengakses sosial media, karena penggunaan sosial media juga berasal dari usia anak-anak, sehingga potensi terjadinya *child cyber grooming* cukup besar.

Penelitian yang dilakukan Andaru (2021) memfokuskan pada peningkatan kejahatan di era pandemi yaitu Kekerasan Berbasis Gender Online (KGBO), dimana didapati juga bahwa cukup banyak anak-anak yang menggunakan *gadget* dan memiliki risiko besar untuk terancam kejahatan tersebut. Sehingga hal yang dapat dipetik dari riset tersebut ialah dengan adanya peningkatan *child cyber grooming* bisa berakibat buruk pada anak baik dari sisi psikologis, sosial, maupun fisik, di sisi lain perlindungan yang kurang pada permasalahan ini justru menjadi perhatian khusus. Penelitian lain yang dilakukan oleh Afifah (2022) lebih menekankan pada penggunaan media sosial yang tidak tepat hingga berujung pada pelecehan seksual, dimana akhir-akhir ini kasus yang terjadi ialah *child-grooming* yang merupakan sebuah alibi orang dewasa terhadap anak-anak dengan tujuan memenuhi hasratnya. Melalui penelitian ini diketahui bahwa penyebab dari *child-grooming* ialah faktor internal meliputi masalah kejiwaan, trauma pada pelaku, dan mudahnya penerimaan korban serta faktor eksternal meliputi rendahnya pengawasan orang tua dan adanya pengaruh film, foto, maupun bacaan dengan unsur porno. Dampak yang ditimbulkannya pun juga begitu besar terutama bagi korban, seperti depresi, kurang percaya diri, hingga menarik diri dari orang sekitar.

3. Media Sosial

Penelitian tentang media sosial sudah pernah dilakukan oleh Anwar (2017), Puspitarini & Nuraini (2019), Leonita & Jalinus (2018), Sumadi (2016), dan Kurniasih (2016). Anwar dalam penelitiannya mengatakan bahwa media sosial membawa banyak dampak, mulai dari permasalahan *privacy* hingga permasalahan dalam ranah sosial, sehingga dalam penelitiannya, Anwar memberikan penegasan bahwa pengguna media sosial harus mempunyai kesadaran penuh saat menggunakannya dan menggunakan informasi yang beredar dengan baik. Berbeda dari Anwar, Puspitarini & Nuraini menemukan bahwa Instagram dan fitur-fiturnya dapat menjadi media promosi untuk *Happy Go Lucky House* (toko berkonsep dalam bidang *fashion*) serta cukup membawa dampak besar meskipun kekurangannya adalah orang-orang mulai gengsi untuk sekadar memberikan like dalam postingan-postingan Instagram *Happy Go Lucky House*. Berbeda dengan penelitian Puspitarini & Nuraini, Leonita & Jalinus (2018) meneliti bagaimana potensi media sosial digunakan sebagai sarana edukasi di bidang kesehatan yang mana ditemukan bahwa Youtube adalah media yang tepat untuk rekan sejawat di bidang kesehatan memberikan konten edukasi dan informasi yang akurat terhadap masyarakat serta diberikan beberapa langkah untuk pelaku profesional dalam bidang kesehatan dalam memulai misinya menyebarkan informasi-informasi melalui media sosial, seperti mengidentifikasi konten, memilah konten, dan lainnya.

Masih membahas potensi media sosial dalam sarana menyebarkan informasi yang akurat namun berbeda topik, Sumadi (2016) dalam penelitiannya mengingatkan kembali esensi dalam berdakwah dan bagaimana media sosial berpotensi untuk menyebarkan dakwah dengan cara yang tepat, seperti tidak konfrontatif, tidak diskriminatif, dan tidak provokatif untuk membawa kebermanfaatan bagi masyarakat. Selanjutnya penelitian dari Kurniasih (2016) yang membahas optimalisasi media sosial dalam memberikan pelayanan yang lebih kepada penggemar setia

perpustakaan, seperti memberi informasi dan melayani keluhan serta pelayanan melalui sosial media.

F. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Gerakan Anti Kekerasan Anak

Menurut KBBI, gerakan berasal dari kata gerak yang berarti perbuatan atau keadaan yang bergerak (KBBI, 2023). Sedangkan anti kekerasan pada anak adalah tidak mendukung segala tindakan dalam bentuk paksaan dan kekerasan terhadap anak (Mulawarman & Alfian, 2019). Sehingga jika dilihat dari kedua definisi tersebut, gerakan anti kekerasan pada anak adalah perbuatan yang bergerak untuk tidak mendukung segala tindakan dalam bentuk paksaan dan kekerasan terhadap anak.

Menurut UNICEF, tujuan dari gerakan anti kekerasan pada anak adalah sebagai berikut:

- 1) Menaikkan kesadaran masyarakat bahwa kekerasan terhadap anak terjadi di setiap tempat. Semua itu bisa terjadi karena lingkungan dan norma budaya,
- 2) Mengajak masyarakat dan menggerakkan mereka dengan aksi nyata di gerakan-gerakan berskala global, nasional, maupun gerakan local untuk memberantas kekerasan pada anak,
- 3) Memperkuat norma sosial yang mendukung anti kekerasan,
- 4) Membuat inovasi baru dengan ide-ide dan pikiran untuk memerangi kekerasan terhadap anak (UNICEF, 2014).

b. *Child-grooming*

Grooming ialah kata bahasa inggris “*groom*” yang artinya memoles atau mendandani, tetapi kata ini juga mempunyai makna lain yang negatif dan merujuk pada pelecehan seksual terhadap anak.

Howitt (1995) mengartikan *grooming* sebagai langkah yang diambil pedofilia untuk menjerat korbannya dengan beberapa cara yang diarahkan menuju cumbuan orang dewasa (Choo, 2009). *Child-grooming* adalah perilaku terencana yang dimulai dengan pelaku memilih lokasi yang mungkin menarik bagi anak-anak, salah satunya media sosial.

Pelaku melakukan kontak dengan anak-anak atau bahkan menyamar sebagai anak-anak di dunia maya untuk mendapatkan kepercayaan dan setelah mendapatkannya pelaku berusaha mengurangi kepekaan anak terhadap perilakunya yang memasukkan elemen seksual ke dalam hubungan mereka. Sehingga, *child-grooming* bukanlah sesuatu yang dilakukan tidak sengaja, tetapi sudah direncanakan (Choo, 2009). Dapat disimpulkan bahwa *child-grooming* merupakan usaha seseorang dengan cara membangun hubungan saling percaya dan adanya ikatan emosional dengan korban, oleh karena itu mampu melakukan manipulasi maupun eksploitasi seksual pada korban.

c. Media Sosial

Media sosial merupakan sekumpulan perangkat lunak yang mampu membuat seseorang melakukan perkumpulan, berbagi, menjalin komunikasi, serta pada hal lain bisa saling bekerjasama maupun bermain (Tania, 2020). Beberapa media sosial yang menjadi favorit di Indonesia ialah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lainnya. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 melalui Watie mengatakan media sosial merupakan jejaring sosial dan bukan media massa berbasis daring, dikarenakan media sosial mempunyai kekuatan dalam menggiring opini. Dukungan maupun gerakan terbentuk diakibatkan kekuatan media daring, dibuktikan dengan media sosial dapat membentuk opini, sikap, dan perilaku penggunanya dilihat dari banyak kasus (Watie, 2011). Menurut Mandiberg (2012) media sosial mempunyai kekuatan pada *User Generated Content* (UGC) yang mana

konten diproduksi oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana pada media massa. Konten pada media sosial dihasilkan oleh pengguna-pengguna aktif dan menjadi sarana berinteraksi dalam wadah tersebut (Estiana. Nurul, & Teddy, 2022).

d. Perlindungan dari tindakan *Child-grooming* Menurut Islam

Kekerasan seksual pada anak merupakan perilaku yang sangat dikecam secara universal maupun secara agama. Tindakan *child-grooming* merupakan modus percobaan mengarah kepada kekerasan seksual pada anak yang sama dikecamnya. Meskipun hukum tentang tindakan *child-grooming* belum diatur, namun tindakan tersebut termasuk ke dalam perbuatan memaksa dalam melakukan pelacuran atau meniadakan kesucian. Ayat Al-Qur'an yang bisa dijadikan rujukan dalam perlindungan atas tindakan *child-grooming* adalah surat An-Nur ayat 33 yang berbunyi:

وَلَا تُكْرِهُوا فَتْيَتِكُمْ عَلَى الْبِغَاءِ إِنْ أَرَدْنَ تَحَصُّنًا لِّتَبْتَعُوا عَرْضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَنْ يُكْرِهِنَّ فَإِنَّ اللَّهَ مِنْ بَعْدِ
إِكْرَاهِهِنَّ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣٣﴾

“Janganlah kamu paksa hamba sahaya perempuanmu untuk melakukan pelacuran, jika mereka sendiri menginginkan kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan kehidupan duniawi. Siapa yang memaksa mereka, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (kepada mereka) setelah mereka dipaksa.” (QS. An-Nur:33)

Surat An-Nur ayat 33 dalam Al-Qur'an, meskipun tidak secara langsung menyebutkan tentang perlindungan anak dari kekerasan seksual seperti *child-grooming*, dapat diinterpretasikan sebagai panduan moral dan etika dalam melindungi yang lemah dan rentan, termasuk anak-anak, dari praktik eksploitatif. Dari perspektif perlindungan anak, ayat ini menekankan pentingnya menjaga kehormatan dan kesucian individu, terutama mereka yang rentan, dari segala bentuk eksploitasi dan pelecehan, termasuk seksual. Ini menggarisbawahi tanggung jawab

moral untuk melindungi anak-anak dari praktek *child-grooming*, yang secara inheren melibatkan manipulasi dan eksploitasi seksual terhadap anak-anak.

Child-grooming, yang melibatkan tindakan memanipulasi anak-anak untuk memperoleh kepercayaan mereka dengan tujuan akhir melakukan pelecehan seksual, jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip yang disampaikan dalam ayat ini. Ayat ini secara implisit mengajak umat Islam untuk memastikan bahwa anak-anak dilindungi dari praktik yang merugikan kehormatan dan keutuhan mereka, secara fisik maupun mental. Dalam prakteknya, ayat ini mengingatkan individu, komunitas, dan pemangku kepentingan untuk mengambil tindakan pro-aktif dalam mencegah *child-grooming* dan jenis pelecehan seksual lainnya terhadap anak-anak, dengan memastikan mereka aman dari pengaruh negatif dan lingkungan yang berpotensi eksploitatif. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai kemanusiaan universal dan prinsip-prinsip keadilan serta perlindungan yang lemah yang sangat ditekankan dalam Islam.

2. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead

a. Konsep Interaksionisme Simbolik Menurut George H. Mead

Interaksionisme simbolik adalah interaksi sosial antar-individu yang melibatkan simbol-simbol untuk saling berkomunikasi antar-sesama (Mead, 2018). Teori ini menggambarkan bagaimana individu memahami dunia sosial mereka melalui proses interaksi sosial dan penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna-makna. Teori interaksionisme simbolik mempengaruhi bentuk perilaku berupa penerimaan dan penolakan dengan simbol yang diterima oleh struktur sosial. Proses-proses interaksi yang terbentuk menggunakan simbol bahasa, adat istiadat atau budaya, sosial, dan agama. Berikut adalah penjelasan rinci tentang teori ini beserta konsep kuncinya:

1. Pikiran (*Mind*), manusia diberi kemahiran berpikir dan hal tersebut ditentukan oleh interaksi sosial individu. Kemampuan menggunakan

simbol mempunyai makna sosial yang sama, artinya setiap individu harus menggunakan pemikirannya melalui interaksi dengan individu lain, kemudian individu tersebut memilih stimulus mana yang ada baginya dan bereaksi kembali,

2. Diri (*Self*) merupakan kemahiran menggambarkan dan menerima nilai setiap individu dari nilai yang diberikan orang lain dan juga kemahiran spesial sebagai subjek, Manusia belajar dan beradaptasi dengan makna-makna simbolik melalui interaksi dengan orang lain. Konsep diri yang terbagi menjadi dua unsur, "*I*" dan "*Me*." "*I*" adalah aspek spontan dan kreatif diri yang bereaksi terhadap situasi, sedangkan "*Me*" adalah bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut. Proses interaksi membantu membentuk dan mengembangkan "*Me*.",

3. Masyarakat (*Society*) adalah pola tindakan dan interaksi dalam jaringan hubungan sosial yang diwujudkan karena setiap individu ikut serta dalam suatu perilaku yang dilakukannya secara aktif dan sukarela, itulah yang menjadikan manusia berproses dalam pengambilan peran tertentu dalam masyarakat.

b. Asumsi Dasar Interaksionisme Simbolik menurut George H. Mead

Asumsi dasar dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, sebagaimana dipaparkan dalam karyanya "*Mind, Self, and Society*," berisi pandangan tentang bagaimana individu memahami dan berpartisipasi dalam dunia sosial. Teori ini mengasumsikan bahwa "*Mind*" atau pikiran individu berkembang melalui proses interaksi dengan lingkungannya. Melalui interaksi, individu memproses simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi sosial, dan ini membantu dalam pembentukan pemahaman mereka tentang realitas sosial. Konsep "*Self*" dalam teori Mead mengacu pada bagaimana individu menginternalisasikan pandangan orang lain tentang diri mereka. Dengan kata lain, individu melihat dirinya dari sudut pandang orang

lain, yang membentuk identitas sosial mereka. Konsep "*Society*" dalam teori ini menekankan pentingnya norma-norma sosial, nilai-nilai, dan aturan yang membentuk interaksi sosial. Masyarakat memainkan peran penting dalam membentuk cara individu berperilaku dan memahami simbol-simbol dalam konteks sosial.

Dalam konteks "*Mind, Self, and Society*," teori Mead memberikan landasan bagi pemahaman bagaimana individu membangun pemahaman tentang diri mereka sendiri dan dunia sosial mereka melalui simbol-simbol, peran, dan interaksi sosial. Asumsi dasar ini menjadi dasar penting dalam menjelaskan bagaimana individu berpartisipasi dalam media sosial, termasuk platform seperti Instagram. Dalam era media sosial, individu terus berinteraksi melalui simbol-simbol, seperti teks, gambar, dan emoji, untuk membangun identitas daring mereka. Masyarakat juga menginternalisasi pandangan orang lain tentang diri mereka berdasarkan respons yang mereka terima di dunia maya. Selain itu, norma-norma dan nilai-nilai sosial daring menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku daring. Dalam konteks kampanye anti *child-grooming* di media sosial, pemahaman asumsi dasar teori Mead, terutama seputar "*Mind*", "*Self*", dan "*Society*" membantu dalam memahami bagaimana anak-anak dan pelaku grooming berinteraksi dalam dunia maya, serta bagaimana kampanye tersebut dapat memengaruhi persepsi dan perilaku mereka dalam lingkungan online yang kompleks.

c. Istilah-istilah Penting dalam Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead

Dalam teori ini, terdapat beberapa istilah penting yang digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep kunci dalam teori ini. Beberapa istilah tersebut antara lain:

1. Simbol-simbol: elemen-elemen dalam komunikasi sosial yang memiliki makna khusus, seperti kata-kata, gestur, lambang, atau tanda. Simbol-simbol ini digunakan oleh individu untuk memberi makna pada realitas sosial,
2. Proses Interaksi: proses interaksi merujuk pada aktivitas komunikasi dan pertukaran sosial antara individu. Melalui proses ini, makna-makna sosial dibangun dan direkonstruksi,
3. Self (Diri): konsep diri mencakup dua aspek, yaitu "I" dan "Me." "I" adalah aspek spontan dan kreatif diri yang bereaksi terhadap situasi, sedangkan "Me" adalah bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut,
4. Peran: peran dalam teori ini merujuk pada peran sosial yang dimainkan oleh individu dalam interaksi sosial. Setiap peran memiliki sejumlah harapan dan norma sosial yang terkait dengannya. Individu mengadopsi peran yang sesuai dengan situasi dan konteks sosial tertentu,
5. Konteks Sosial: konteks sosial merujuk pada lingkungan sosial di mana interaksi berlangsung. Ini mencakup situasi fisik, norma-norma sosial, nilai-nilai, dan budaya yang memengaruhi bagaimana individu memahami dan merespons simbol-simbol serta peran-peran dalam interaksi mereka,
6. Umpan Balik (*Feedback*): respons atau tanggapan dari orang lain dalam interaksi sosial. Umpan balik ini dapat memengaruhi bagaimana individu memodifikasi tindakan dan pemahaman mereka tentang situasi,
7. Sosialisasi: pembelajaran individu tentang aturan, norma, nilai-nilai, dan peran-peran sosial dalam masyarakat. Ini melibatkan interaksi dengan anggota masyarakat lainnya, seperti keluarga, teman, dan lembaga-lembaga sosial,
8. Kesadaran Diri (Self-awareness): kemahiran individu dalam melakukan refleksi terhadap dirinya sendiri dan melihat dirinya dari

sudut pandang orang lain. Ini membantu dalam pemahaman peran diri dalam interaksi sosial.

Istilah-istilah ini membentuk dasar konsep-konsep utama dalam teori interaksionisme simbolik dan digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu memahami, berinteraksi, dan membentuk pemahaman mereka tentang dunia sosial melalui proses interaksi dan penggunaan simbol-simbol.

d. Implementasi Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksionisme simbolik menurut Mead dapat diimplementasikan dengan penelitian ini sehingga dapat mengkaji bagaimana akun Instagram @terselimuti, gerakan anti *child-grooming*, memahami simbol-simbol dan peran mereka dalam interaksi daring dan penyebaran makna *child-grooming*. Seperti dalam simbol, yang dapat berupa kat-kata, emoji, atau gambar yang memiliki makna. Melalui pemaknaan ini, akun gerakan @terselimuti ini dapat membangun arti *child-grooming* bagi pengikut akunnnya maupun netizen. Sementara dalam konteks sosial daring di platform seperti Instagram, pelaku *grooming* dapat memanfaatkan fitur-fitur platform dan berpartisipasi dalam komunitas tertentu untuk mendekati anak-anak. Sementara gerakan anti *child grooming* berusaha untuk mengubah konteks ini dan meningkatkan kesadaran akan bahaya *grooming* serta menyebarkanluaskannya secara masif.

Berbeda dengan sebelum era digitalisasi, upaya kampanye dalam menyadarkan masyarakat masih dilakukan secara tradisional. Seperti kampanye yang dilakukan oleh Forum Anak Komunitas Kota Ambon pada tahun 2010, dalam memperingati Hari Anak Sedunia, anak-anak dalam forum tersebut harus berjalan kaki dari jalan OT. Pattimaepau hingga daerah Gong Perdamaian Dunia dalam menyebarkan kesadaran kepada orang dewasa agar menjaga dan mengamankan anak menjadi

korban segala bentuk kekerasan, termasuk kekerasan seksual (ANTARA News Ambon, 2010).

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis riset yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan secara daring untuk mengeksplorasi secara langsung dan mendeskripsikan fenomena terkait Gerakan Anti *Child-grooming* di Media Sosial pada akun Instagram @terselimuti. Selain itu, penulis menggunakan pendekatan netnografi dalam penelitian ini. Menurut Kozinets, pendekatan netnografi merupakan pendekatan riset etnografi yang menggabungkan penyimpanan data dan interaksi secara daring, membutuhkan pengamatan dalam bentuk pengumpulan data secara daring, analisis, dan representasi riset. Netnografi adalah istilah lain dari etnografi yang mengutamakan kajiannya pada budaya dan komunitas daring (Kozinets, 2015:1).

Dalam metode kualitatif, upaya menjelaskan peristiwa atau fenomena didasarkan pada apa yang terjadi di lapangan berdasarkan objek yang sedang diamati. Informasi yang perlu dikumpulkan berupa hasil dari wawancara, foto, informasi lapangan secara daring, informasi pribadi, dll. Dengan kata lain, cara naratif menyajikan informasi dalam kata-kata dan gambar untuk menggambarkan fenomena yang ada. Adapun peneliti menggunakan metode tersebut untuk dapat memperoleh informasi serta dapat mendeskripsikan secara menyeluruh terkait gerakan anti *child-grooming* pada akun @terselimuti.

2. Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sumber data yang dikumpulkan melalui dua metode diantaranya:

a. Data Primer

Data primer sebagai data yang didapatkan langsung melalui beberapa informan. Dalam penelitian ini, data primer bersumber pada data yang diperoleh dengan mengumpulkan data langsung dari sumbernya melalui wawancara serta melakukan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berwujud dokumen maupun arsip. Data sekunder dari penelitian ini adalah buku-buku relevan terkait dengan penelitian yang peneliti angkat, hingga informasi resmi terkait akun Instagram @terselimuti dalam penelitian ini. Proses tinjauan literatur akan digunakan dalam studi ini, kajian literatur yang terdiri dari buku, jurnal ilmiah, arsip dan dokumen penunjang lainnya. Pemilihan sumber data dan narasumber dilaksanakan secara *purposive*, dimana pemilihannya menurut pertimbangan tertentu.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang berbeda digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Ketiga metode ini digunakan untuk memperoleh data serta informasi yang saling melengkapi.

a. Wawancara

Wawancara ialah komunikasi langsung antara dua pihak yang memiliki tujuan tertentu. Metode pada wawancara identik dengan *interview*, dapat digambarkan sebagai percakapan peneliti (pewawancara) dalam mendapatkan informasi dari yang bersangkutan. Penulis memakai metode *Purposive* untuk menentukan informan. *Purposive* adalah sebuah metode non-random dimana penulis menentukan identitas khusus yang cocok dengan tujuan riset sehingga informan bisa menanggapi kasus riset (Lenaini, 2021).

Adapun dalam penelitian ini peneliti memakai jenis wawancara semi-terstruktur. Tujuan wawancara semi-terstruktur adalah untuk menggali secara mendalam, dimana informan dapat mengutarakan pendapat serta ide-idenya yang berkaitan dengan rumusan masalah peneliti. Pada proses wawancara ini, tentunya peneliti diharuskan untuk mencatat hal-hal apa saja yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2013). Diharapkan dengan melakukan wawancara semi-terstruktur, peneliti dapat menggali informasi terkait Gerakan anti *child-grooming* pada akun Instagram @terselimuti. Adapun informan kunci yang dapat memberikan informasi dan data secara tepat dengan 3 kategori, yaitu pengurus di dalam akun @terselimuti, pengikut aktif yang dipilih berdasarkan pengikut yang mengikuti gerakan #BeraniBersama serta menyukai banyak unggahan akun @terselimuti, dan pengikut baru dipilih berdasarkan pengikut yang baru mengikuti akun @terselimuti dan menyukai 3 unggahan terbaru akun @terselimuti secara berturut-turut. Berikut rincian informan:

- 1) Cindy Indira sebagai *founder* dinilai tepat karena memiliki pengetahuan lebih tentang bagaimana seluk beluk akun @terselimuti dan mempunyai jawaban atas rumusan masalah yang dibutuhkan penulis;
- 2) Niken sebagai *co-founder* dijadikan sebagai informan sebagai pendukung atas data-data dalam akun @terselimuti dan *internal* akun @Terselimuti yang dibutuhkan datanya oleh penulis;
- 3) Darcyando sebagai *Head of Creative Management* yang membuat konsep isi konten @terselimuti sehingga banyak informasi tentang strategi yang dibutuhkan melaluinya;
- 4) Cristiani Ginting menjadi salah satu informan karena menjadi *followers* aktif akun @terselimuti dilihat dari keikutsertaan Cristiani Ginting dalam *campaign* @terselimuti sebelumnya yang bertajuk “Berani Bersama”;

- 5) Lubna Arifullah menjadi salah satu informan karena juga menjadi *followers* aktif akun @terselimuti dilihat dari keikutsertaan Cristiani Ginting dalam *campaign* @terselimuti sebelumnya yang bertajuk “Berani Bersama”;
- 6) Bulan Ciptaningsih menjadi salah satu informan karena baru saja mengikuti akun @terselimuti dan dapat memberi warna atas pertanyaan penelitian penulis.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Keterangan
1	Cindy Indira	<i>Founder</i>
2	Niken	<i>Co-Founder</i>
3	Darcyando	<i>Head of Creative Management</i>
4	Cristiani Ginting	Pengikut aktif
5	Lubna Arifullah	Pengikut aktif
6	Bulan Ciptaningsih	Pengikut aktif

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan karakteristik tertentu dibandingkan dengan metode lain yaitu wawancara dan kuesioner. Apabila wawancara selalu identik dengan berkomunikasi secara langsung dengan orang, maka lain halnya dengan observasi, dimana observasi tidak hanya terbatas oleh orang namun bisa objek pendukung lainnya yang ingin diteliti (Sugiyono, 2013). Adapun pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di ranah virtual media sosial melalui Instagram @terselimuti terhadap hal-hal yang akan diamati.

c. Dokumentasi

Dokumen yang akan disertakan dalam penelitian ini ada beberapa bentuk. Mulai dari yang tertulis sederhana, tangkapan layar yang diperlukan untuk penelitian ini, dan dokumen pendukung lainnya.

4. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses pengumpulan dan pengorganisasian data, seperti wawancara dan dokumen, mengorganisasikan data, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, serta menarik kesimpulan yang mudah dipahami. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2019). Berikut ini peneliti paparkan terkait langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini:

a. Reduksi Data

Setelah mengumpulkan data mentah yang sangat banyak dan bervariasi, langkah pertama dalam menganalisis data adalah mereduksi data. Reduksi data merupakan upaya penyederhanaan pemilihan, penalaran, dan penggunaan data mentah agar lengkap dengan informasi yang bermanfaat sehingga dapat ditarik kesimpulan dengan lebih mudah (Sugiyono, 2019).

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat didasarkan pada uraian singkat, grafik, hubungan kelompok dan tabel (Sugiyono, 2019).

d. Penarikan Kesimpulan

Menarik kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Data yang terkumpul dibandingkan dengan data lain untuk menarik kesimpulan dengan menjawab pertanyaan yang ada.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi diperuntukkan untuk dapat memberikan suatu kemudahan guna memahami dan memberikan gambaran secara garis

besar mengenai isi dari skripsi ini. Adapun dalam penulisannya, dibagi menjadi 6 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II GERAKAN ANTI CHILD-GROOMING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TEORI INTERAKSIONISME-SIMBOLIK GEORGE HERBERT MEAD

Pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang *child-grooming*, konsep kunci teori interaksionisme simbolik dan dijabarkan pula definisi konseptual guna memberi pemahaman yang sama antara peneliti dengan pembaca, serta memberi batasan agar terfokus dan sesuai dengan rencana penelitian. Tidak hanya itu, akan dijelaskan lebih mendalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead yang menjadi dasar pada penelitian ini, seperti tokoh pencetus teori yaitu George Herbert Mead, asumsi dasar hingga konsep teori interaksionisme simbolik. Terakhir, peneliti juga akan menjabarkan relevansi antara teori dengan objek yang akan dikaji.

BAB III INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIAL DAN GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @TERSELIMUTI

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah Instagram sebagai media sosial dan sejarah akun Instagram @terselimuti, profil akun Instagram @terselimuti yang meliputi tujuan, aktivitas, dan komponen-komponen gerakan lainnya yang ada dalam akun Instagram @terselimuti.

BAB IV BENTUK-BENTUK EKSPRESI DAN ALASAN PUBLIKASI NARASI ANTI *CHILD-GROOMING* DI AKUN @TERSELIMUTI

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dari wawancara maupun observasi daring yang telah ditemukan terkait dengan pertanyaan penelitian pertama, yaitu menjelaskan bagaimana bentuk ekspresi yang akun Instagram @terselimuti gunakan dalam mengkampanyekan narasi anti *child-grooming*. Kemudian juga, menjawab pertanyaan penelitian ketiga, yaitu menjelaskan mengapa akun Instagram @terselimuti mempublikasikan narasi anti *child-grooming* menggunakan ekspresi yang digunakan.

BAB V DAMPAK AKUN @TERSELIMUTI TERHADAP PENGIKUT DAN PENGURUS

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian yang telah ditemukan melalui wawancara dari narasumber maupun observasi daring terkait dengan pertanyaan penelitian kedua, yaitu menjelaskan bagaimana dampak yang dirasakan oleh pengikut dan pengurus akun @terselimuti di Instagram.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan memberikan saran dan juga kesimpulan hasil dari penelitian. Saran ditujukan untuk penelitian selanjutnya maupun untuk pembaca agar lebih mempunyai *awareness* yang sama terhadap isu *child-grooming* serta ikut memperjuangkan ruang yang aman bagi anak-anak di sekitarnya.

BAB II

GERAKAN ANTI CHILD-GROOMING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE HERBERT MEAD

A. Gerakan Anti *Child-grooming* di Media Sosial Instagram

1. Gerakan Anti *Child-grooming*

Gerakan anti *child-grooming* pernah diteliti oleh *The Institute of Public Care Universitas Oxford Brookes* yang berisi beragam upaya pencegahan eksploitasi seksual pada anak, salah satunya berisi kunci untuk menyebarkan kesadaran akan *online groomer* bagi anak-anak. Dalam salah satu penelitian tersebut membahas hasil dari lokakarya *Kent Safeguarding Children Board* yang bekerjasama dengan Barnardo untuk membuat peningkatan kesadaran akan eksploitasi seksual pada anak yang diikuti oleh semua orang yang bekerja dengan anak atau remaja secara langsung maupun tidak langsung. Lokakarya tersebut berisi video yang dikemas untuk menaikkan kesadaran anak-anak akan perilaku *grooming* dengan menampilkan korban eksploitasi seksual anak yang nyata melakukan beberapa kesaksian akan peristiwa yang dialaminya (Institute of Public Care, 2015).

NSPCC (*National Society for the Prevention of Cruelty to Children*), kampanye amal yang bekerja dalam gerakan perlindungan anak di Inggris mengemukakan satu halaman penuh tentang *child-grooming*. Mulai dari pengertian *child-grooming*, tanda-tanda, efek, jenis-jenis, cara mencegah, cara melapor pelaku *child-grooming*, dan bagaimana respon orang tua jika mengetahui anaknya menjadi target atau korban *child-grooming*. Halaman tersebut menyebutkan bagaimana anak-anak dapat terkena modus dari pelaku-pelaku *child-grooming* melalui daring. NSPCC menyebutkan, pelaku dapat membangun hubungan dalam bentuk apapun seperti, hubungan romantis, menjadi mentor, orang yang terpercaya, atau dominan dan orang yang gigih. Pelaku menggunakan

platform yang sama, seperti permainan dan aplikasi sebagai anak kecil. Mereka belajar tentang minat anak-anak dan menggunakan platform-platform tersebut untuk membangun relasi. Anak-anak dapat terkena modus daring melalui media sosial, pesan, email, pesan dalam forum atau game. Pelaku dapat menggunakan taktik, menyamar sebagai yang lebih muda, memberi nasihat, memberi hadiah, memberi perhatian, mengajak target untuk jalan-jalan atau liburan (NSPCC, N.d). Pelaku juga mencoba untuk mengisolasi anak-anak dari teman dan keluarganya sehingga korban merasa ketergantungan dengan pelaku. Tidak segan pula, pelaku menggunakan *blackmail* untuk membuat anak merasa bersalah atau malu, lalu mereka memperkenalkan ide untuk menyembunyikan hubungan tersebut sehingga pelaku dapat mengontrol, membuat takut, dan terintimidasi. Korban memiliki perasaan yang kompleks secara bersamaan, seperti cinta namun merasa takut dan bingung (NSPCC, N.d).

Dalam laman tersebut, NSPCC juga membagi cara agar dapat aman dari *child-grooming*, seperti memberi tahu anak untuk tetap aman dengan mengajarkan *PANTS rules*. *Pants rules* adalah edukasi kepada anak bahwa yang ada di dalam celana adalah milik diri sendiri, tidak ada satu pun orang lain yang berhak menyentuh ataupun melihatnya. Bahkan NSPCC menyediakan program untuk anak kecil secara gratis berjudul *speak out, stay safe assembly* yang mana volunteer mereka akan turun tangan mengadakan workshop dan membahas topik *bullying* dan kekerasan dengan tidak menggunakan bahasa yang menyeramkan atau bahasa orang dewasa. Tidak hanya itu, NSPCC juga menyarankan untuk menggunakan kontrol orang tua pada gawai anak-anak dan meminta anak untuk transparan atas apa yang mereka lakukan secara online. Anak-anak berkebutuhan khusus pun difasilitasi untuk mengerti *PANTS rules* melalui video dalam laman ini.

Di Indonesia, dalam menanggapi kasus-kasus *child-grooming*, pemerintah cukup tanggap dalam penyelesaiannya. Seperti kasus Hago yang terjadi, dalam laman webnya, Kominfo meminta pihak Hago untuk

memblokir fitur nomor dan mengirim foto sehingga tidak bisa terjadi pertukaran kontak dan saling mengirim foto. Hal ini dilakukan sebagai upaya pencegahan predator *child-grooming* agar tidak beraksi kembali lewat aplikasi permainan daring. Sehingga, nomor telepon seperti tulisan 0 atau ditulis dengan nol dalam pesan Hago tidak bisa dikirim pengguna dan pengguna tidak bisa mengirim gambar atau foto melaluinya (Kominfo, 2019).

Terdapat pula gerakan anti *child-grooming* yang tersiar di platform media sosial X dengan hashtag #StopChildGrooming yang sudah dipakai dari 2021 sampai sekarang untuk melawan atau menanggapi isu-isu *child-grooming* yang sedang terjadi. Salah satunya yang diunggah oleh akun @judyjudes07_ pada tanggal 18 September 2023 yang berisi “*At 16 I was a tomboy, thank fk this shit wasn't around then. I'm still a tomboy. #stopgenderdysphoria #1MillionMarch4Chidren #stopchildgrooming and stop teaching this crap in schools.*”, yang mana sudah mendapatkan 64 *retweet* dan ada 234 yang menyukai postingan tersebut (@judyjudes07_, salah satu akun X yang mengunggah tweet tentang #StopChildGrooming). Dalam unggahan tersebut, @judyjudes07_ mengaku saat 16 tahun ia tomboy sehingga dia tidak terkena *child-grooming* karena perawakannya tersebut, dengan hashtagnya #stopchildgrooming, ia meminta agar sekolah berhenti menyebarkan disforia gender. Katadata bersama Kominfo juga pernah membuat webinar bertajuk “*Online Child-Grooming: Melawan Predator Seksual di Ruang Digital*” pada 26 Juni 2023 untuk memberi edukasi kepada anak-anak dan remaja bagaimana bentuk dan cara menyikapi perilaku dari pelaku *child-grooming* (Youtube Katadata Indonesia, Salah satu channel yang merekam diskusi webinar *Online Child-Grooming: Melawan Predator Seksual di Ruang Digital*).

2. Media Sosial

Menurut Kaplan & Haenlein (2010) dalam Abdillah (2022) media sosial merupakan aplikasi-aplikasi yang menggunakan internet, dibangun di atas ideologis dan teknologi dari Web 2.0, yang dapat membuat dan bertukar konten buatan pengguna (Abdillah, 2022). Tidak jauh berbeda dengan Kaplan & Haenlein, Kominfo mendefinisikan media sosial sebagai aplikasi berbasis internet yang bisa dapat membuat penggunanya berinteraksi satu dengan lainnya melalui konten, membagikannya, dan mendapatkan informasi dari pengguna lainnya (Kominfo, 2018).

Dalam media sosial, terdapat konten media sosial yang merupakan semua hal yang bisa dibagikan di media sosial, berupa teks, foto, grafik, video, ataupun tautan (Abdillah, 2022). Ciri-ciri dari media sosial adalah setiap orang dapat membuat akun, adanya halaman profil untuk data pengguna, fitur untuk memproduksi konten dan menyebarkannya, interaksi dilakukan melalui komen atau suka, dan adanya tanda waktu di setiap postingan (Kominfo, 2018). Terdapat ratusan aplikasi media sosial seperti, Facebook, LinkedIn, Google+, Wordpress, Youtube, Instagram, Pinterest, Flickr, X, Wikipedia, Google Drive, Slideshare, dll.

3. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial dari kelompok Meta (Facebook) yang menggunakan foto dan video pendek (Abdillah, 2022). Media sosial ini lahir pada tahun 2010 yang langsung mendapat sambutan hangat dari penggunanya. Pada peluncuran pertamanya, Instagram memiliki satu juta pengguna (Mattern, 2017). Saat ini, penggunanya sudah mencapai 1,64 Miliar pada awal tahun 2023 dan Indonesia menyumbang 104,8 juta pengguna (databoks, 2023). Pengguna dapat mengetahui lebih tentang orang-orang yang mereka ikuti di Instagram melalui unggahan visual (Mattern, 2017). Pengguna mengunggah berbagai hal, mulai dari foto yang penting dalam hidup sampai foto yang lucu-lucu. Interaksi adalah bagian terbesar dari Instagram (Mattern, 2017). Interaksi dilakukan

melalui berbagai hal, bisa dengan tombol suka, bagikan, ataupun komentar.

Instagram memiliki berbagai fitur seperti unggahan beranda, Instagram Stories, dan Instagram Highlights yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menunjang pemakaian media sosial secara visual (Efrida & Anisa, 2020). Instagram Stories adalah unggahan berisi foto atau video yang akan muncul pada beranda pengguna, namun akan hilang dalam waktu 24 jam (Kominfo, 2018). Instagram Highlights adalah kumpulan Instagram Story yang disematkan di laman profil Instagram sehingga dapat dilihat berulang kali, tidak menghilang dalam waktu 24 jam seperti Instagram Story yang tidak disematkan. Adapun pengguna dapat menyematkan caption atau keterangan di foto atau video yang pengguna unggah. Penggunaan caption ini bisa memberikan keterangan tambahan atau cerita tambahan atas foto atau video yang diunggah, sehingga lebih bermakna. Dalam menulis caption, pengguna dapat menyematkan hashtag (#) agar pengguna lain yang sedang mencari topik terkait dapat menemukan unggahan pengguna tersebut. Selain itu, caption juga bertujuan untuk mengundang interaksi antar pengguna Instagram. Sehingga interaksi tidak terjadi satu arah, namun terjadi dua arah (Kominfo, 2018).

4. Perspektif Islam Mengenai Perlindungan dari Tindakan *Child-grooming*

Kekerasan seksual pada anak merupakan perilaku yang sangat dikecam secara universal maupun secara agama. Tindakan *child-grooming* merupakan modus percobaan mengarah kepada kekerasan seksual pada anak yang sama dikecamnya. Meskipun hukum tentang tindakan *child-grooming* belum diatur, namun tindakan tersebut termasuk ke dalam perbuatan memaksa dalam melakukan pelacuran atau meniadakan kesucian. Ayat Al-Qur'an yang bisa dijadikan rujukan dalam perlindungan atas tindakan *child-grooming* adalah surat An-Nur ayat 33 yang berbunyi:

وَلَا تُكْرَهُوا فَتَيَاتِكُمْ عَلَى الْبِغَاءِ إِنْ أَرَدْنَ تَحَصُّنًا لِّتَبْتَغُوا عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَنْ يُكْرِهْنَّ فَإِنَّ اللَّهَ مِنْ بَعْدِ

اِكْرَاهِهِنَّ عُنْفُوْرًا رَّحِيْمًا

“Janganlah kamu paksa hamba sahaya perempuanmu untuk melakukan pelacuran, jika mereka sendiri menginginkan kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan kehidupan duniawi. Siapa yang memaksa mereka, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (kepada mereka) setelah mereka dipaksa.” (QS. An-Nur:33)

Surat An-Nur ayat 33 dalam Al-Qur'an, meskipun tidak secara langsung menyebutkan tentang perlindungan anak dari kekerasan seksual seperti *child-grooming*, dapat diinterpretasikan sebagai panduan moral dan etika dalam melindungi yang lemah dan rentan, termasuk anak-anak, dari praktik eksploitatif. Dari perspektif perlindungan anak, ayat ini menekankan pentingnya menjaga kehormatan dan kesucian individu, terutama mereka yang rentan, dari segala bentuk eksploitasi dan pelecehan, termasuk seksual. Ini menggarisbawahi tanggung jawab moral untuk melindungi anak-anak dari praktek *child-grooming*, yang secara inheren melibatkan manipulasi dan eksploitasi seksual terhadap anak-anak.

Child-grooming, yang melibatkan tindakan memanipulasi anak-anak untuk memperoleh kepercayaan mereka dengan tujuan akhir melakukan pelecehan seksual, jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip yang disampaikan dalam ayat ini. Ayat ini secara implisit mengajak umat Islam untuk memastikan bahwa anak-anak dilindungi dari praktik yang merugikan kehormatan dan keutuhan mereka, secara fisik maupun mental. Dalam prakteknya, ayat ini mengingatkan individu, komunitas, dan pemangku kepentingan untuk mengambil tindakan pro-aktif dalam mencegah *child-grooming* dan jenis pelecehan seksual lainnya terhadap anak-anak, dengan memastikan mereka aman dari pengaruh negatif dan lingkungan yang berpotensi eksploitatif. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai kemanusiaan universal dan prinsip-prinsip

keadilan serta perlindungan yang lemah yang sangat ditekankan dalam Islam.

5. *Child-grooming*

Child atau anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan (Kementerian PPPA, 2019). *Grooming* adalah proses mengikat, meyakinkan, dan mempersiapkan korban untuk melakukan aktivitas seksual (Rafiq & Adil, 2017:18). *Child-grooming* adalah usaha yang dilakukan seseorang untuk mendekati, merayu, membangun hubungan, kepercayaan, dan hubungan emosional dengan anak sehingga mereka bisa memanipulasi, mengeksploitasi, dan melecehkan mereka. Ciri-ciri pelaku *child-grooming* sering diindikasikan dengan memberi pujian pada fisik anak korban secara berlebih dan pemberian rasa ‘aman’ secara emosional dan material dengan berlebih. Ciri lainnya, disebutkan dalam Ost (2009) pelaku *grooming* mempunyai ketertarikan seksual terhadap anak kecil.

Parenting.co.id dalam artikelnya menyebutkan bahwa *child-grooming* adalah proses predator seksual untuk mempersiapkan korbannya. Pelaku menggunakan sumber daya yang ia punya, seperti fisik, emosional, maupun finansial untuk memikat korban dan membangun ikatan emosional dalam rangka memanipulasi bahkan melecehkan korbannya yang masih anak-anak (parenting.co.id, N.d). Ciri-cirinya disebutkan pelaku kerap memberi hadiah pada target korban sehingga ia merasa dispesialkan. Pelaku pun kerap memberi bantuan lalu mencari kesempatan untuk berduaan dengan anak di tempat yang sangat privat. Tidak hanya sampai situ, pelaku melakukan kontak fisik yang tidak patut seperti membelai, menggelitik, mengelus, sampai memeluk (parenting.co.id, N.d).

Child-grooming mempunyai beragam bentuk menurut Salamor, dkk (2020). *Grooming* dapat dilakukan dalam berbagai cara, durasi, dan intensitas, tergantung pada karakteristik pelaku. Dalam aksinya melakukan

child-grooming, terdapat enam faktor umum yang menjadi dasar pelaku, yaitu:

a. Manipulasi

Pelaku menggunakan berbagai teknik manipulasi untuk memperoleh kekuatan dan control atas korban. Bukan hanya itu, pelaku juga berusaha untuk meningkatkan ketergantungan korban pada pelaku. Contoh manipulasi yang sering dilakukan oleh pelaku adalah pujian untuk membuat korban merasa istimewa atau sebaliknya, yaitu merasa terintimidasi untuk menakuti korban.

b. Aksesibilitas

Semakin mudahnya akses untuk berinteraksi dengan anak-anak merupakan kesempatan yang lebih luas bagi pelaku mengakses korban tanpa perlu bertatap muka dan terlihat secara nyata oleh orang-orang di sekitar korban maupun pelaku. Sehingga, perlakuan pelaku tidak mudah dideteksi oleh pihak lain selain korban. Bahkan tak jarang, pelaku memalsukan identitas aslinya demi mendekati target korban. Akses internet juga ikut andil memberikan akses lebih kepada pelaku menjangkau korbannya melalui berbagai aplikasi seperti permainan daring maupun media sosial.

c. Menjalin Hubungan

Pelaku menyesuaikan gaya dan perilaku komunikasi dari target korban agar korban merasa nyaman berbicara dengan pelaku. Pelaku juga mencari tahu minat dan situasi korban, tak jarang memberi empati lebih terhadap situasi tersebut sehingga korban merasa dikasihi dan disayangi. Pelaku kerap kali meminta korban merahasiakan hubungan keduanya agar pelaku tetap aman demi kelancaran aksinya.

d. Konteks Seksual

Hal-hal yang berbau seksual merupakan tujuan utama dalam *child-grooming*. Waktu dan cara dimulainya hubungan seksual sangat berbeda-beda antara satu korban dengan target korban lainnya

tergantung pada kepintaran pelaku menjalankan aksinya. Hal yang berbau seksual tersebut dimulai dengan percakapan eksplisit, rayuan, gambar-gambar pornografi, atau terlibat dalam aktivitas pornografi.

e. Penilaian Risiko

Pelaku melancarkan aksinya dengan perhitungan yang sangat matang. Pelaku melakukan penilaian terhadap risiko sebelum dan selama *child-grooming* berlangsung. Ia memperhatikan karakteristik korban, faktor yang terkait dengan internet seperti menggunakan perangkat keras yang berbeda atau metode penyimpanan yang berbeda, membatasi komunikasi di tempat umum, bertemu korban di tempat yang jauh dari lingkungan korban. Namun, beberapa pelaku tidak menggunakan strategi ini karena mereka tidak merasa melakukan sesuatu yang salah sehingga tidak perlu menyembunyikan apapun.

f. Penipuan

Ditemukan dalam pelaku *child-grooming* melalui daring, 5% pelaku terkadang menyamar sebagai teman sebaya atau anak muda. Ketika berkomunikasi dengan korban. Namun, sebagian besarnya pelaku memberitahu korban bahwa ia orang dewasa yang ingin membangun hubungan romansa dengan korban sehingga pelaku dapat melakukan hubungan seksual setelahnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar korban menyadari bahwa mereka berkomunikasi dengan orang dewasa dan mengambil risiko dalam berhubungan serta berinteraksi dengan pelaku.

Jika dilihat dari karakteristik pelaku, dapat disimpulkan bahwa pelaku *child-grooming* dapat mengembangkan modus-modus terbaru untuk mencari korban seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi yang bergerak dengan cepat.

Adapun penyebab terjadinya *child-grooming*, yaitu faktor keluarga, faktor pendidikan, faktor ekonomi dan faktor lingkungan (Nuryah &

Warsono, 2023). Keluarga tidak harmonis menjadi penyebab korban terjerat dalam modus pelaku *child-grooming*. Bukan hanya tidak harmonis, orang tua yang sibuk bekerja pun menyebabkan anaknya kesepian. Keluarga dalam melatarbelakangi terjadinya *child-grooming* sangat berperan penting dan mendukung pelaku-pelaku untuk melancarkan modusnya. Faktor pendidikan juga menjadi hal yang krusial, karena berdasarkan hasil penelitian Nuryah dan Warsono (2023), *child-grooming* terjadi dikarenakan pendidikan yang rendah. Korban hanya menempuh pendidikan sampai Sekolah Dasar dan kebanyakan tidak melanjutkan jenjang selanjutnya. Ekonomi juga menjadi faktor terjadinya *child-grooming*. Anak-anak merasa kebutuhannya tidak dapat terpenuhi, sehingga saat ada orang yang mengiming-iminginya barang ataupun uang, mereka gampang tergiur untuk merubah hidup mereka menjadi lebih baik. Dalam hal ini, pelaku menjadi terbantu dengan adanya kekosongan dalam faktor ekonomi korbannya. Pelaku dapat dengan mudah meiming-imingi fasilitas maupun uang kepada korban sehingga korban dengan sukarela menyetujui apapun yang dilakukan pelaku kepadanya. Faktor lingkungan yang dimaksud adalah bagaimana perilaku teman-teman sekitar korban dapat mempengaruhi keputusan-keputusan yang diambil. Dalam penelitian Nuryah dan Warsono (2023), ada salah satu korban yang mengaku hanya ikut-ikutan temannya untuk mengunduh dan memakai aplikasi OMI sehingga dirinya pun terbawa memainkan aplikasi tersebut hingga menjadi korban. Dalam hal ini, anak dapat menjadi korban *child-grooming* dikarenakan kebutuhannya tidak terpenuhi oleh keluarga, entah itu perhatian maupun finansial. Sehingga, para korban mencarinya di luar lingkup keluarga yang mana dimanfaatkan oleh pelaku *child-grooming* dengan maksimal.

Seperti kasus yang dilansir oleh detikNews *child-grooming* yang terjadi di Indonesia, dilakukan penangkapan pelaku *child-grooming* berinisial AAP, pria berusia 27 tahun, yang melakukan pelecehan anak melalui permainan daring 'Hago'. Pelaku mencari korban melalui fitur

“*discovery people*” yang kemudian pelaku melakukan pendekatan lewat pesan di Hago dengan korban dan bertukar nomor telepon, setelahnya pelaku mengajak melakukan panggilan video yang mana korban dipaksa untuk melakukan aktivitas eksplisit yang direkam oleh tersangka. Rekaman tersebut kemudian digunakan oleh tersangka untuk memeras korban agar melakukan tindakan serupa secara berulang kali (detikNews, 2019). Tidak hanya itu, parenting.co.id pun melansir beberapa kasus *child-grooming* yang terjadi di Indonesia. Ada kasus Baekuni (Babe) pada tahun 2010 yang mencabuli dan membunuh 14 anak dengan modus memberi makan atau mengajak bermain ding-dong. Tidak hanya Babe, pada tahun 2014 terjadi kasus Tjandra Adi Gunawan di Surabaya menyebarkan sepuluh ribu foto anak di bawah umur dengan modus menyamar jadi dokter di Facebook yang membahas kesehatan reproduksi remaja. Pada tahun yang sama, Andri Sobari alias Emon di Sukabumi ditangkap aparat karena mencabuli lebih dari seratus anak dengan modus mengiming-imingi uang 25-50 ribu rupiah (parenting.co.id, N.d).

Kasus lain datang dari Madiun yang dilansir oleh Radar Madiun tentang Surpiyanto berusia 56 tahun yang berhasil menyetubuhi IP 17 tahun sebanyak 10 kali di rumahnya sendiri saat kakeknya, THW, terlelap. Awalnya Supriyanto memaksa meraba organ vital korban, merayu dan memberi uang sebesar Rp 100 ribu rupiah kepada IP. Sehingga IP tidak kuasa menolak untuk melakukan hubungan badan. THW selaku kakeknya tidak menaruh curiga sama sekali karena Supriyanto merupakan tetangga dekat rumahnya dan sudah berteman lama (Radar Madiun, 2023).

B. Teori Interaksionisme Simbolik George H. Mead

1. Konsep Interaksionisme Simbolik Menurut George H. Mead

Interaksionisme simbolik adalah interaksi sosial antar-individu yang melibatkan simbol-simbol untuk saling berkomunikasi antar-sesama (Mead, 2018). Teori ini menggambarkan bagaimana individu memahami dunia

sosial mereka melalui proses interaksi sosial dan penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna-makna. Teori interaksionisme simbolik mempengaruhi bentuk perilaku berupa penerimaan dan penolakan dengan simbol yang diterima oleh struktur sosial. Proses-proses interaksi yang terbentuk menggunakan simbol bahasa, adat istiadat atau budaya, sosial, dan agama. Berikut adalah penjelasan rinci tentang teori ini beserta konsep kuncinya:

1. Pikiran (*Mind*), manusia diberi kemahiran berpikir dan hal tersebut ditentukan oleh interaksi sosial individu. Kemampuan menggunakan simbol mempunyai makna sosial yang sama, artinya setiap individu harus menggunakan pemikirannya melalui interaksi dengan individu lain, kemudian individu tersebut memilih stimulus mana yang ada baginya dan bereaksi kembali,
2. Diri (*Self*) merupakan kemahiran menggambarkan dan menerima nilai setiap individu dari nilai yang diberikan orang lain dan juga kemahiran spesial sebagai subjek, Manusia belajar dan beradaptasi dengan makna-makna simbolik melalui interaksi dengan orang lain. Konsep diri yang terbagi menjadi dua unsur, "*I*" dan "*Me*." "*I*" adalah aspek spontan dan kreatif diri yang bereaksi terhadap situasi, sedangkan "*Me*" adalah bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut. Proses interaksi membantu membentuk dan mengembangkan "*Me*.",
3. Masyarakat (*Society*) adalah pola tindakan dan interaksi dalam jaringan hubungan sosial yang diwujudkan karena setiap individu ikut serta dalam suatu perilaku yang dilakukannya secara aktif dan sukarela, itulah yang menjadikan manusia berproses dalam pengambilan peran tertentu dalam masyarakat.

Konsep masyarakat dalam kerangka Interaksionisme simbolik Mead melihat bagaimana masyarakat memengaruhi dan membentuk individu-individu di dalamnya (Ritzer, 2010). Masyarakat berperan sebagai latar belakang yang mendorong individu mengembangkan diri dan pikiran mereka melalui interaksi sosial dan komunikasi. Individu belajar dan

menyesuaikan diri dengan norma-norma dan nilai yang ada di masyarakat mereka, yang pada akhirnya memengaruhi cara berpikir, bertindak, dan berinteraksi dengan orang lain.

2. Asumsi Dasar Interaksionisme Simbolik menurut George H. Mead

Asumsi dasar dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, sebagaimana dipaparkan dalam karyanya "*Mind, Self, and Society*," berisi pandangan tentang bagaimana individu memahami dan berpartisipasi dalam dunia sosial. Teori ini mengasumsikan bahwa "*Mind*" atau pikiran individu berkembang melalui proses interaksi dengan lingkungannya. Melalui interaksi, individu memproses simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi sosial, dan ini membantu dalam pembentukan pemahaman mereka tentang realitas sosial. Konsep "*Self*" dalam teori Mead mengacu pada bagaimana individu menginternalisasikan pandangan orang lain tentang diri mereka. Dengan kata lain, individu melihat dirinya dari sudut pandang orang lain, yang membentuk identitas sosial mereka. Konsep "*Society*" dalam teori ini menekankan pentingnya norma-norma sosial, nilai-nilai, dan aturan yang membentuk interaksi sosial. Masyarakat memainkan peran penting dalam membentuk cara individu berperilaku dan memahami simbol-simbol dalam konteks sosial.

Dalam konteks "*Mind, Self, and Society*," teori Mead memberikan landasan bagi pemahaman bagaimana individu membangun pemahaman tentang diri mereka sendiri dan dunia sosial mereka melalui simbol-simbol, peran, dan interaksi sosial. Asumsi dasar ini menjadi dasar penting dalam menjelaskan bagaimana individu berpartisipasi dalam media sosial, termasuk platform seperti Instagram. Dalam era media sosial, individu terus berinteraksi melalui simbol-simbol, seperti teks, gambar, dan emoji, untuk membangun identitas daring mereka. Masyarakat juga menginternalisasi pandangan orang lain tentang diri mereka berdasarkan respons yang mereka terima di dunia maya. Selain itu, norma-norma dan nilai-nilai sosial daring menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku daring. Dalam konteks

kampanye anti *child-grooming* di media sosial, pemahaman asumsi dasar teori Mead, terutama seputar "*Mind*", "*Self*", dan "*Society*" membantu dalam memahami bagaimana anak-anak dan pelaku grooming berinteraksi dalam dunia maya, serta bagaimana kampanye tersebut dapat memengaruhi persepsi dan perilaku mereka dalam lingkungan online yang kompleks.

3. Istilah-istilah Penting dalam Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead

Dalam teori ini, terdapat beberapa istilah penting yang digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep kunci dalam teori ini. Beberapa istilah tersebut antara lain:

1. Simbol-simbol: elemen-elemen dalam komunikasi sosial yang memiliki makna khusus, seperti kata-kata, gestur, lambang, atau tanda. Simbol-simbol ini digunakan oleh individu untuk memberi makna pada realitas sosial,
2. Proses Interaksi: proses interaksi merujuk pada aktivitas komunikasi dan pertukaran sosial antara individu. Melalui proses ini, makna-makna sosial dibangun dan direkonstruksi,
3. Self (Diri): konsep diri mencakup dua aspek, yaitu "I" dan "Me." "I" adalah aspek spontan dan kreatif diri yang bereaksi terhadap situasi, sedangkan "Me" adalah bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut,
4. Peran: peran dalam teori ini merujuk pada peran sosial yang dimainkan oleh individu dalam interaksi sosial. Setiap peran memiliki sejumlah harapan dan norma sosial yang terkait dengannya. Individu mengadopsi peran yang sesuai dengan situasi dan konteks sosial tertentu,
5. Konteks Sosial: konteks sosial merujuk pada lingkungan sosial di mana interaksi berlangsung. Ini mencakup situasi fisik, norma-norma sosial, nilai-nilai, dan budaya yang memengaruhi bagaimana individu memahami dan merespons simbol-simbol serta peran-peran dalam interaksi mereka,

6. Umpan Balik (*Feedback*): respons atau tanggapan dari orang lain dalam interaksi sosial. Umpan balik ini dapat memengaruhi bagaimana individu memodifikasi tindakan dan pemahaman mereka tentang situasi,

7. Sosialisasi: pembelajaran individu tentang aturan, norma, nilai-nilai, dan peran-peran sosial dalam masyarakat. Ini melibatkan interaksi dengan anggota masyarakat lainnya, seperti keluarga, teman, dan lembaga-lembaga sosial,

8. Kesadaran Diri (*Self-awareness*): kemahiran individu dalam melakukan refleksi terhadap dirinya sendiri dan melihat dirinya dari sudut pandang orang lain. Ini membantu dalam pemahaman peran diri dalam interaksi sosial.

Istilah-istilah ini membentuk dasar konsep-konsep utama dalam teori interaksionisme simbolik dan digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu memahami, berinteraksi, dan membentuk pemahaman mereka tentang dunia sosial melalui proses interaksi dan penggunaan simbol-simbol.

4. Implementasi Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksionisme simbolik menurut Mead dapat diimplementasikan dengan penelitian ini sehingga dapat mengkaji bagaimana akun Instagram @terselimuti, gerakan anti *child-grooming*, memahami simbol-simbol dan peran mereka dalam interaksi daring dan penyebaran makna *child-grooming*. Seperti dalam simbol, yang dapat berupa kata-kata, emoji, atau gambar yang memiliki makna. Melalui pemaknaan ini, akun gerakan @terselimuti ini dapat membangun arti *child-grooming* bagi pengikut akunnya maupun netizen. Sementara dalam konteks sosial daring di platform seperti Instagram, pelaku *grooming* dapat memanfaatkan fitur-fitur platform dan berpartisipasi dalam komunitas tertentu untuk mendekati anak-anak. Sementara gerakan anti *child grooming* berusaha untuk mengubah konteks ini dan meningkatkan kesadaran akan bahaya *grooming* serta menyebarkanluaskannya secara masif.

Berbeda dengan sebelum era digitalisasi, upaya kampanye dalam menyadarkan masyarakat masih dilakukan secara tradisional. Seperti kampanye yang dilakukan oleh Forum Anak Komunitas Kota Ambon pada tahun 2010, dalam memperingati Hari Anak Sedunia, anak-anak dalam forum tersebut harus berjalan kaki dari jalan OT. Pattimaepau hingga daerah Gong Perdamaian Dunia dalam menyebarkan kesadaran kepada orang dewasa agar menjaga dan mengamankan anak menjadi korban segala bentuk kekerasan, termasuk kekerasan seksual (ANTARA News Ambon, 2010).

BAB III

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA SOSIAL DAN GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @TERSELIMUTI

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah Instagram dan sejarah akun Instagram @terselimuti, profil akun Instagram @terselimuti yang meliputi tujuan, aktivitas, dan komponen-komponen gerakan lainnya yang ada dalam akun Instagram @terselimuti.

A. Instagram Sebagai Media Sosial

1. Sejarah

Instagram merupakan media sosial yang banyak digemari masyarakat masa kini. Instagram, platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video, didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Pratama, 2018). Keduanya adalah alumni Stanford University, dengan Systrom memiliki latar belakang di bidang pemasaran dan teknik, sedangkan Krieger berfokus pada rekayasa dan pengembangan perangkat lunak. Konsep Instagram bermula dari aplikasi bernama Burbn, yang dikembangkan oleh Systrom dan merupakan aplikasi berbasis lokasi mirip Foursquare. Namun, setelah menerima umpan balik, mereka menyadari kebutuhan untuk menyederhanakan aplikasi tersebut dan memutuskan untuk fokus pada aspek berbagi foto.

Instagram diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010, awalnya hanya tersedia untuk pengguna iPhone. Aplikasi ini dengan cepat menarik perhatian dan mendapat sambutan hangat, terbukti dengan pencapaian satu juta pengguna hanya dalam waktu dua bulan. Keberhasilan awal ini didorong oleh antarmuka yang sederhana dan intuitif, memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dengan mudah. Seiring waktu, Instagram terus menambahkan fitur baru, seperti filter foto, dukungan video, serta kemampuan untuk menyukai dan mengomentari foto, yang semakin memperkaya pengalaman pengguna.

Pada April 2012, dalam sebuah langkah yang menandai perubahan besar dalam strategi dan pertumbuhannya, Instagram diakuisisi oleh Facebook dengan nilai sekitar \$1 miliar. Akuisisi ini membawa Instagram ke dalam ekosistem Facebook yang lebih luas, memberikan akses ke sumber daya yang lebih besar dan memperluas jangkauan penggunaannya. Pada periode yang sama, Instagram memperluas dukungannya untuk perangkat Android, yang membantu meningkatkan basis penggunaannya secara signifikan. Instagram terus berinovasi dengan menambahkan fitur seperti Instagram Stories pada tahun 2016, yang meniru fitur Snapchat yang populer, dan IGTV untuk video yang lebih panjang. Meskipun menghadapi persaingan ketat di dunia media sosial yang dinamis, Instagram berhasil mempertahankan relevansinya dengan terus menyesuaikan dan memperbarui fitur-fiturnya untuk mempertahankan keterlibatan pengguna.

Selain itu, Instagram telah memberikan dampak yang besar pada budaya populer, terutama dalam hal pemasaran dan periklanan. Platform ini telah menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi merek dengan konsumen dan telah mengubah cara individu mempresentasikan diri secara online. Seperti salah satu Miss International 2017 yang menggunakan Instagram sebagai sarana membangun *personal branding*-nya (Efrida & Diniati, 2020). Meskipun begitu, Instagram juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk kritik mengenai dampaknya terhadap kesehatan mental pengguna, isu privasi, dan penyebaran misinformasi. Sejak peluncurannya, Instagram telah berkembang dari aplikasi berbagi foto sederhana menjadi salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh dengan dampak luas terhadap interaksi sosial, pemasaran, dan budaya populer.

Instagram saat ini telah berkembang jauh melebihi peran aslinya sebagai platform berbagi foto. Dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan secara global, platform ini telah menjadi alat komunikasi dan pemasaran yang sangat penting, khususnya dalam konteks kampanye online (Nugroho, 2022). Di Indonesia, Instagram memiliki jumlah pengguna yang sangat signifikan, yang terus bertambah setiap tahunnya. Data terbaru

menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar bagi Instagram, dengan jutaan pengguna aktif. Menurut We Are Social pada Oktober 2023 Indonesia menempati pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia, kurang lebih ada 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia (Databoks, 2023).

Dalam konteks kampanye berbasis online, Instagram telah bertransformasi menjadi alat yang kuat untuk pemasaran influencer, kampanye kesadaran merek, dan aktivisme sosial. Fitur seperti Instagram Stories, IGTV, dan fitur belanja telah membuka kemungkinan baru bagi merek dan individu untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Instagram memungkinkan penggunanya untuk membuat konten yang menarik secara visual, yang merupakan kunci dalam menarik perhatian dalam lingkungan digital yang padat informasi. Penggunaan hashtag, kolaborasi dengan influencer, dan alat analisis bawaan memungkinkan merek dan organisasi untuk menargetkan audiens mereka secara lebih efektif dan mengukur dampak kampanye mereka secara real-time.

Selain itu, Instagram juga memainkan peran penting dalam gerakan sosial dan politik, memberikan platform bagi suara-suara yang mungkin tidak memiliki akses ke media tradisional. Kemampuannya untuk menyebarluaskan informasi dengan cepat dan menginspirasi aksi kolektif telah menjadikannya alat yang penting dalam kampanye-kampanye advokasi dan perubahan sosial. Singkatnya, di Indonesia dan di seluruh dunia, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media sosial untuk berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai alat yang vital dalam komunikasi digital, pemasaran online, dan aktivisme sosial, dengan pengaruhnya yang terus berkembang seiring dengan penambahan jumlah penggunanya.

Dalam hal ini, @terselimuti menggunakan Instagram untuk berkampanye masalah *child-grooming* ini kepada pengguna Instagram yang sudah mencapai 100 jutaan pengguna. Sebagai alat vital dalam komunikasi digital dan aktivitas kampanye, Instagram dipilih oleh @terselimuti sebagai salah satu media kampanyenya.

2. Fitur

Menurut Antasari dan Pratiwi (2022) Instagram memiliki 11 fitur dalam aplikasinya. Fitur pertama adalah bio dan profil. Instagram telah mengalami berbagai pembaharuan desain, termasuk perubahan pada tampilan profil dan bio. Kini, platform ini lebih menekankan pada jumlah pengikut dan mengurangi fokus pada bio profil, yang sebelumnya lebih detail. Profil yang disederhanakan ini dianggap lebih menguntungkan pengguna. Selain itu, fitur kedua Instagram memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang bisa ditampilkan di halaman utama pengikut mereka. Pengguna dapat memilih gambar atau video dari galeri mereka atau menggunakan kamera langsung dari aplikasi, dengan opsi untuk mengedit menggunakan berbagai efek.

Ketiga, fitur Instagram Stories. Indonesia disebut-sebut sebagai salah satu negara dengan pengguna aktif terbanyak dalam membuat Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan audiens menggunakan alat interaktif seperti polling, pertanyaan, dan hashtag. Ada juga fitur "*On This Day*" yang memungkinkan pengguna berbagi kenangan dari tanggal tertentu di masa lalu.

Keempat fitur caption pada unggahan merupakan teks yang berkaitan dengan foto atau video yang diunggah. Caption yang menarik dapat meningkatkan minat pengikut untuk membaca lebih lanjut. Selanjutnya fitur komentar yang memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan pada unggahan, dengan opsi untuk menandai pengguna lain menggunakan simbol @. Kemudian ada fitur hashtags di Instagram membantu pengguna mengelompokkan foto atau video mereka agar mudah ditemukan oleh pengguna lain dengan tema serupa. Fitur like memungkinkan pengguna memberikan tanda suka pada unggahan yang menarik perhatian mereka.

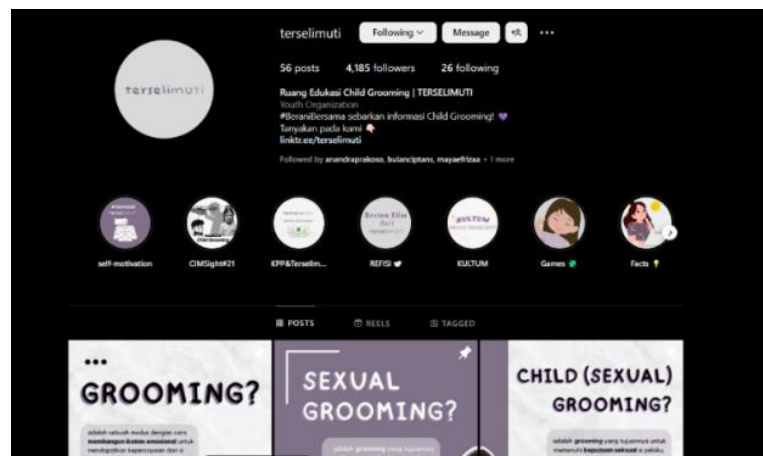
Instagram juga memiliki fitur "*Your Activity*", yang menyediakan informasi tentang durasi penggunaan aplikasi, membantu pengguna mengetahui berapa lama mereka menghabiskan waktu di Instagram. Fitur

Direct Message (DM) memungkinkan pengguna mengirim pesan, foto, atau video ke satu atau lebih pengguna lain. Fitur lainnya, yaitu *Geotagging* memungkinkan pengguna menambahkan lokasi pada foto yang diunggah, sehingga pengikut bisa mengetahui di mana foto itu diambil. Terakhir, Instagram memiliki fitur *Archive* yang memungkinkan pengguna menyimpan unggahan ke arsip pribadi.

B. Profil Akun @terselimuti

Sub-bab ini akan membahas profil akun Instagram @terselimuti, tujuan, dan program dari akun Instagram @terselimuti. Berikut profil akun Instagram @terselimuti,

Gambar 5. Profil akun Instagram @terselimuti



Sumber: Akun Instagram @terselimuti

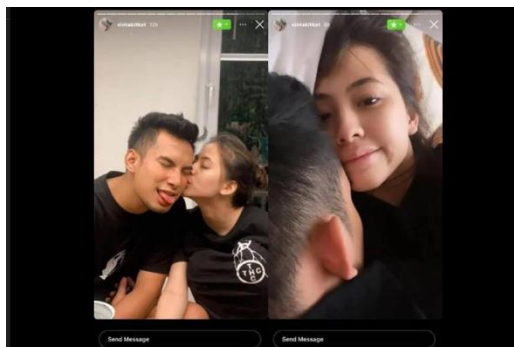
Terlihat profil akun Instagram @terselimuti memiliki nuansa ungu dan abu-abu disertai banyaknya Instagram Highlights berisi Instagram Stories yang disematkan oleh akun Instagram @terselimuti. Mempunyai tampilan nama “Ruang Edukasi Child-Grooming | Terselimuti”, biodata “#BeraniBersama sebarkan informasi Child-Grooming. Tanyakan pada kami (emotikon tunjuk ke bawah)”, dan pranala linktr.ee/terselimuti. Akun Instagram @terselimuti sampai saat tangkapan layar ini diambil mempunyai 75 unggahan, 4.185 pengikut, dan mengikuti 26 akun. Terdapat 23 video reels dan 52 unggahan foto yang tersaji dalam profil akun @terselimuti. Adapun alasan akun @terselimuti

mempunyai sedikit konten agar konten-konten utama edukasi akan *child-grooming* tidak tenggelam. Fitur Instagram saat ini hanya memungkinkan @terselimuti menyematkan 3 unggahan, sehingga demi terjaganya edukasi yang penting, pengurus akun @terselimuti sepakat agar konten yang diunggah di profil hanya unggahan edukasi. Akun @terselimuti juga terlihat saling mengikuti dengan akun-akun penyintas *child-grooming* lainnya seperti @govgroom.id yang diperkasai oleh PKM Riset Humaniora dari FISIP UNDIP yang meninjau eksistensi kebijakan pemerintah terhadap kerentanan *cyber child-grooming*. Tidak hanya itu, @terselimuti juga saling mengikuti dengan akun @rum.poen yang mewadahi pengaduan kekerasan seksual, pelecehan seksual, maupun perundungan yang khususnya dialami perempuan.

1. Sejarah dan Struktur Pengurus Akun @terselimuti

Akun instagram @terselimuti didirikan pada tanggal 10 Agustus 2021. Terbentuknya akun @terselimuti berangkat dari kasus artis yang saat itu menyebar melalui media sosial yaitu rumor hubungan antara artis Zara (ex-JKT 48) dengan Niko yang mana keduanya mempunyai perbedaan umur yang cukup jauh dan tersebar foto serta video keduanya bernesraan membuat gempar netizen memberikan komentar-komentar perihal *grooming*. Dilansir oleh fajar.co.id, terdapat Instagram Story bertanda hijau (yang mana diperuntukkan untuk *close friends* atau teman dekat) di akun Instagram Zara. Niko dan Zara terlihat berciuman dan Niko mengeluarkan asap vapenya dengan santai (fajar.co.id, 2021).

Gambar 6. Foto dan video bernesraan yang tersebar



Sumber: Tangkapan layar Fajar.co.id

Banyak cuitan netizen di platform Twitter atau X mengenai kasus ini. Salah satunya yang dilakukan oleh akun @earliersunsets, terdapat kata *grooming* dan pembahasan mengenai perbedaan umur yang cukup terlihat di beberapa hubungan yang pernah dijalankan oleh artis Zara ini pada masa sebelumnya. Disebutkan Zara menjalani hubungan dengan Zaki (19) saat ia berusia 16 tahun, begitu seterusnya sampai konten ini tersebar, ia menjalankan hubungan dengan Okin (27) yang mana usianya terpaut jauh dengannya. Sama halnya dengan @earliersunsets, @akubuten ikut membuka suara mengenai foto dan video tersebut dengan komentar serupa. Komentar tersebut menggambarkan bagaimana kasus ini melibatkan banyak aspek, seperti CF (*close friends*) atau teman dekat dalam fitur Instagram yang disebutkan cepu atau menyebarkan dan tidak bisa menjaga rahasia akan konten tersebut. Kemudian, Zara yang disebut mengulangi kesalahan atas perbuatan dalam konten tersebut dan kata *child-grooming* yang dianggap dilakukan Okin. Pengguna @akubuten juga mengajak untuk menerapkan boikot bagi mereka yang berbuat salah atau yang disebutkan *cancel culture* atau disebutkan *banned* untuk sementara waktu dari industri keartisan.

Saat sedang panas-panasnya rumor tersebut, pendiri akun @terselimuti, Cindy Indira, tergerak untuk mencari tahu tentang makna dari *grooming* dan melakukan riset mendalam akan hal tersebut. Pendiri akun @terselimuti, Cindy, mengalami covid-19 sehingga harus dikarantina. Dalam masa karantina tersebut, muncul kasus artis Zara dan Okin sehingga membuat Cindy penasaran. Kasus ini ramai diperbincangkan di media sosial Twitter atau sekarang sudah berubah menjadi X dan TikTok. Banyak orang-orang yang menyebutkan kata ‘ini *grooming*’ atau ‘ini *child-grooming*’. Seperti yang disebutkan dalam *Guidebook Terselimuti*, terdapat alasan lain terbentuknya akun Instagram @terselimuti menurut Cindy, masih banyak sekali miskonsepsi tentang *child-grooming*, padahal menurut Cindy hal ini sangat penting untuk diketahui oleh lebih banyak orang (sumber utama observasi tautan Instagram @terselimuti).

Tidak sampai situ, setelah mengetahui makna *child-grooming*, Cindy baru menyadari bahwa ia pernah menjadi korban dari pelaku *child-grooming* juga. Kemudian, dari kegelisahan tersebut membawanya membuat kerangka gerakan dalam akun Instagram @terselimuti. Cindy membuat satu pdf khusus yang berisi hasil observasi dan penemuannya tentang *child-grooming* ke teman-temannya. Ia sempat mengunggah perihal *child-grooming* ini di Instagram dan mendapat balasan dari orang terdekatnya menawarkan bantuan untuk membangun tim @terselimuti. Dimulai dari kenalan teman dekat dan temannya inilah, Cindy mulai mempresentasikan apa yang ia temukan dalam risetnya. Setelahnya, ia mendapat umpan balik dari teman-temannya yang potensial dalam membawa gerakan ini dengan lebih serius. Gerakan ini dibuat lebih serius dengan beberapa divisi utama seperti *internal*, *entertainment*, *writer*, dan *design*. Kemudian, tim utama ini bersepakat untuk membuka lowongan bagi *volunteer* yang ingin bergabung dalam gerakan @terselimuti.

Hasil dari Cindy mempresentasikan idenya adalah lahirnya orang-orang yang menempati posisi *Board of Director* atau orang-orang yang menjadi pengurus akun @terselimuti, yang beranggotakan:

1. Cindy Indira sebagai pendiri sekaligus *Head of Public Relations*,
2. Darcyando sebagai *Head of Entertainment*,
3. Pricilla sebagai *Head of Content Writer*,
4. Nabila sebagai *Head of Design*,
5. Niken sebagai *Head of Internal*.

Setelah terbentuk posisi masing-masing, mereka mendiskusikan kelanjutan gerakan akun @terselimuti ini secara lebih rinci lagi, seperti yang terlampir pada wawancara berikut,

“Akhirnya dimasukin-masukin sama Niken, kayak ‘aku punya ide’, dari si Ando tu ngasih tahu gimana cara kita kayak konteninnya, gimana cara

kita e nulis buat ngasih tahu orangnya, Pricil ngasih tahu ‘gini loh cara jelasinnya Mbak’ ‘gini loh cara bahasnya’ gitu-gitu. Jadi, yang aku bawa ide yang board-board lain tu bantu buat e memberikan jadi istilahnya ada produk ini, gue punya idea-nya, mereka yang nyusun produknya sampai bisa dijual ke masyarakat begitu” (Cindy Indira, Narasumber pendiri akun @terselimuti)

Pengurus memberikan gagasan dan pengetahuannya masing-masing untuk peluncuran akun @terselimuti, seperti Niken yang memberi banyak masukan, Darcyando yang memberi gagasan bagaimana pembuatan konten, serta Pricill yang memberi pengetahuannya mengenai cara pembahasan dan tata bahasanya sehingga membentuk akun @terselimuti yang sekarang dapat kita akses.

2. Visi Misi

Visi dari akun @terselimuti adalah menjadi ruang aman untuk anak-anak korban *grooming* dan ruang edukasi terkait *child grooming* untuk masyarakat. Ada dua misi utama akun @terselimuti, yang pertama mempunyai misi untuk mengenalkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai fenomena *child grooming*, seperti bentuk, tahapan dan dampak *child-grooming*. Berpartisipasi membudayakan literasi tentang *child grooming* untuk pencegahan Tindak Pidana Kekerasan Seksual ("TPKS") dan masyarakat tidak menjadi korban atau pelaku, sesuai dengan tujuan UU TPKS. Yang kedua, memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan perilaku tidak wajar yang dilakukan oleh orang dewasa kepada anak-anak.

3. Tujuan

Dibuatnya akun ini bertujuan untuk menyebarkan edukasi perilaku dan pelaku *child-grooming* di sekitar masyarakat sehingga masyarakat

dapat menyadarinya. Seperti yang terlampir dalam unggahan akun @terselimuti, terdapat 2 tujuan dari akun @terselimuti, yaitu:

1. Mengenali dan meningkatkan kesadaran perilaku tidak wajar yang dilakukan oleh orang dewasa kepada anak-anak yang merupakan suatu *Child-Grooming*

Melalui konten-konten menggugah seperti “tahukah kamu, Grooming masih terselimuti di sekitar kita?”, pengurus akun @terselimuti berusaha mengenalkan kepada audiens akan bentuk-bentuk *child-grooming* yang masih tersembunyi atau tidak disadari di sekitar lingkungan mereka. Disebutkan dalam kontennya, korban kekerasan seksual memiliki relasi domestik atau relasi kuasa dengan korban dan lebih dari setengah dari korban adalah anak-anak. Relasi kuasa merupakan relasi yang tidak setara sehingga menimbulkan kerugian pada pihak yang memiliki posisi lebih rendah. Dalam relasi kuasa ini, *child-grooming* akan sangat mungkin terjadi apalagi dengan didukungnya ketidaktahuan akan hal tersebut.

Teori interaksionisme simbolik menurut Mead (2018) sejalan dengan tujuan adanya akun @terselimuti ini, yaitu meningkatkan kesadaran perilaku tidak wajar yang dilakukan oleh orang dewasa kepada anak-anak. Menurut Mead (2018), realitas sosial dibangun melalui interaksi sosial. Dalam konteks sosial daring di platform seperti Instagram, pelaku *grooming* dapat memanfaatkan fitur-fitur platform dan berpartisipasi dalam komunitas tertentu untuk mendekati anak-anak. Maka dari itu, gerakan anti *child grooming* juga berusaha untuk mengubah konteks ini dan meningkatkan kesadaran akan bahaya *grooming* serta menyebarkannya secara masif, terutama dalam membangun interaksi sosial dalam wujud kampanye anti *child-grooming* melalui media massa.

2. Sebagai ruang edukasi untuk menjawab ragam pertanyaan terkait *Child-Grooming*

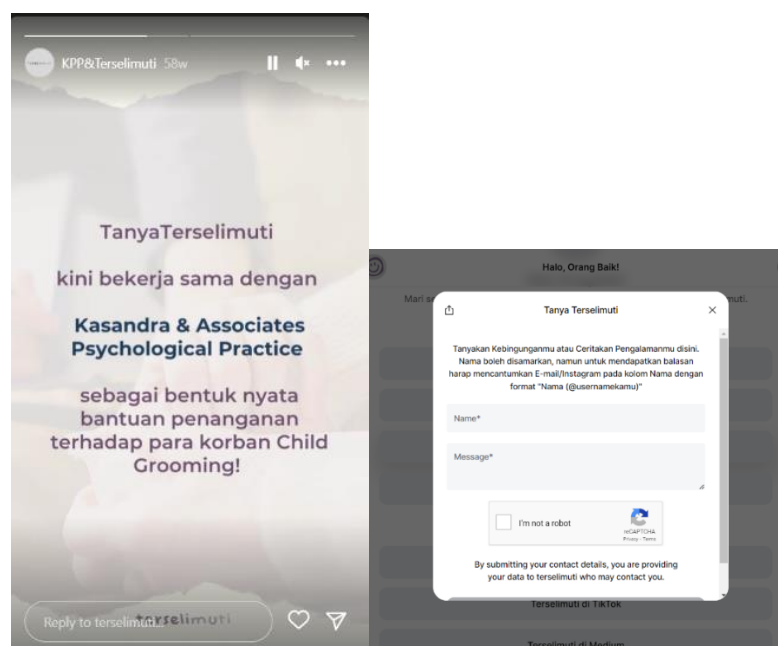
Selain menyadari, akun @terselimuti juga mempunyai tujuan untuk mengedukasi audiens atas beragam pertanyaan terkait *child-grooming* seperti konten ringkasan akan pengertian *grooming* dan *child grooming* menjadi jawaban atas berbagai pertanyaan dari audiens yang masih belum jelas atau sering sekali ditanyakan kembali makna akan *child-grooming* serta memperjelasnya. Dalam postingan tersebut, *grooming* adalah tindakan manipulasi dengan membangun kepercayaan dan ikatan emosional, dengan tujuan agar korban memenuhi kepuasan si pelaku. Kemudian, *child-grooming* sendiri adalah *grooming* terhadap anak. Ditegaskan kembali bahwa pelaku atau *groomer* dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa melihat gender, preferensi seksual, atau jarak usia antara pelaku dan korban. Pertanyaan seperti arti “kepuasan” sendiri juga dijawab oleh akun @terselimuti melalui kontennya. Kepuasan tidak selalu mengarah kepada kegiatan seksual, namun kebanyakan seperti itu dan dilakukan secara daring maupun luring. Dalam interaksionisme simbolik, konten @terselimuti mencoba memberi stimulus pada pikiran individu melalui bahasa dalam konten tersebut. Sehingga diharapkan dalam komunikasi daring ini, dapat membantu pembentukan pemahaman audiens atau masyarakat tentang makna *child-grooming* sebagai realitas sosial.

4. Program

Dalam rangka mewujudkan misi-misinya, akun @terselimuti mempunyai beberapa program daring, yaitu unggahan-unggahan edukasi tentang *child-grooming*, bilik berbagi Tanya Terselimuti bagi korban-korban *child-grooming* yang dijamin keamanannya, program penanganan korban yang bekerja sama dengan psikolog profesional Kasandra & Associates Psychological Practice, serta program kampanye yang bertajuk #BeraniBersama.

Bilik berbagi tersebut dapat diakses melalui pranala yang tersemat di profil akun Instagram @terselimuti sehingga korban dapat menceritakannya secara anonim dan mendapatkan balasan dari pengurus akun @terselimuti. Jika pengurus akun @terselimuti tidak dapat menangani korban tersebut, akan disambungkan kepada psikolog di Kasandra & Associate sehingga korban dapat ditangani dengan tepat.

**Gambar 7. Bilik Tanya Terselimuti dan Kerjasama
@terselimuti dengan Kasandra & Associates**



Sumber: Highlights Akun Instagram @terselimuti

Program lainnya yaitu, kampanye #BeraniBersama batch 1 yang diadakan pada tahun 2022 secara daring berdurasi 3 minggu lamanya mulai pada tanggal 5-25 Juni 2022, diperkasai oleh pengurus-pengurus akun Instagram @terselimuti yang membuat linimasa dengan sedemikian rupa. Kampanye ini memiliki lebih dari 60 peserta seluruh Indonesia dalam *batch 1* mereka. Relawan diminta untuk menyebarkan kembali postingan-postingan dari akun Instagram @terselimuti agar dapat dilihat oleh pengikut dari masing-masing relawan sehingga informasi tentang

child-grooming tersebar lebih luas secara cepat dan personal. Sebelumnya, relawan didukasi tentang apa itu *child-grooming* melalui media pertemuan daring Zoom yang berupa materi-materi mendalam mengenai *child-grooming*. Tidak hanya itu, relawan disajikan contoh-contoh nyata *child-grooming* di kehidupan nyata melalui film yang menggambarkan atau mengandung unsur *child-grooming*. Setelahnya, relawan diberikan tugas-tugas kampanye membuat video atau poster tentang *child-grooming* sehingga diharapkan relawan dapat lebih dalam mengerti tentang *child-grooming* dan dapat tersebar secara massif, setidaknya kepada mutual atau pengikut dari relawan.

5. Aktivitas

Akun @terselimuti menjalankan kampanyenya dengan 4 cara, yaitu unggahan Instagram (daring), gerakan Berani Bersama (daring), kerjasama (daring), serta diskusi (luring). Unggahan di Instagram berisi konten-konten yang sudah dibahas oleh peneliti pada bab ini. Selanjutnya, terdapat gerakan Berani Bersama, yaitu gerakan yang diperkasai tim @terselimuti untuk memiliki volunteer kampanye yang sudah ditentukan waktunya dan dilakukan secara daring melalui berbagai platform media sosial, gerakan ini dinamakan Berani Bersama Batch 1 atau #SiPalingBerani. Tidak hanya itu, tim @terselimuti juga terbuka untuk bekerja sama dengan pihak-pihak yang mengundangnya untuk mengedukasi tentang *child-grooming*. Kerja sama ini salah satunya dilakukan dengan @cimsaunej. Dalam memperingati hari anak nasional pada 23 juli 2022, @cimsaunej menyebarkan info tentang *child-grooming* dengan judul CIMSight#21 secara daring. Selain itu, @terselimuti juga melakukan kampanyenya melalui diskusi luring yang dilakukan dengan FORAKSI (Forum Anak Kota Bekasi).

Berani Bersama Batch 1 memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan intensif selama tiga minggu yang sudah diatur dalam sebuah kalender kegiatan. Mengenai kegiatan berbasis batch pun sudah pernah diteliti oleh Ihsani dan Rukiyah (2021) yang mana menunjukkan hasil positif akan efektivitasnya.

Berani Bersama dibuka dengan lowongan volunteer untuk mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut melalui Google Form. Pada 5 Juni 2022, peserta diundang untuk masuk ke dalam satu grup besar di Whatsapp berisi 60 orang lebih dari seluruh Indonesia. Terdapat perkenalan dari Head of Internal, Niken, yang membuka salam dalam grup dan mengingatkan para peserta untuk datang ke *welcoming party* yang akan diadakan melalui Google Meet pada malam harinya. Tidak hanya Niken, Ayu sebagai *Volunteer Public Relation* akun @terselimuti juga ikut memperkenalkan diri dan disambung oleh *Head Board* lainnya. Kemudian, peserta diminta untuk mengisi absensi list sesuai nama saat mengisi Google Form, terdapat 63 nama dalam list absensi. Lalu, dibagikan pula peraturan dalam kampanye #SiPalingBerani ini. Seperti, wajib mengikuti akun Instagram @terselimuti, tidak boleh mengunci akun, membuat dan mengunggah konten sesuai jadwal kalender, dan diberitahu sistem poinnya.

Setelahnya, peserta diminta untuk mengunggah twibbon berisi foto dan format dari akun @terselimuti. Peserta diminta untuk membuat caption dengan memperkenalkan diri dan menyatakan siap untuk menjadi bagian dari kampanye dengan hashtag #SiPalingBerani dari @terselimuti. Pada captionnya, terdapat pengertian singkat mengenai *child-grooming* yang disebut tukang modus yang berusaha untuk mendapatkan kepercayaan targetnya, agar dapat dimanipulasi sesuai keinginannya dan cenderung berbau seksual. Kemudian, berisi ajakan untuk mengikuti akun @terselimuti dan menyimak kampanye-kampanyenya. Tidak hanya itu, peserta diminta untuk menandai teman-temannya minimal tiga orang. Hashtag seperti #savethechildren #childgrooming #merangkulpenyintas #bukanaib #sipalingberani #bukaselimutmu mewarnai unggahan-unggahan para peserta.

Menurut Mead (2018) pada teori interaksionisme simboliknya, individu merespons suatu situasi simbolik. Manusia cenderung merespons lingkungannya, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Jadi, individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri. Seperti pada kegiatan “Berani

Bersama” ini, para peserta merespon arahan dari panitia untuk mengunggah twibbon tersebut, peserta merespon arahan tersebut dengan melakukan sesuai arahan panitia. Twibbon tersebut merupakan simbolik bahwa peserta tergabung dalam kegiatan “Berani Bersama” dan ikut berkontribusi di dalamnya.

Dalam kegiatan ini, untuk memudahkan pengurus akun @terselimuti dalam berkomunikasi dengan masing-masing peserta, dibuat empat kelompok kecil. Masing-masing kelompok, berisi kurang lebih 18 orang. Kelompok kecil ini kemudian digunakan untuk memonitoring dan mengingatkan akan unggahan kampanye-kampanye yang akan atau sedang dijalankan. Seperti, setelah mengunggah twibbon, peserta tidak perlu melapor dalam grup Whatsapp besar, namun bisa melapor pada ketua kelompok kecil mereka.

Tidak hanya mengikuti jadwal kampanye, setiap akun @terselimuti mengunggah konten, entah itu Instagram Story maupun unggahan desain, peserta diminta mengunggah ulang di akunnya masing-masing. Setelahnya, peserta dapat melaporkan unggahan ulang tersebut kepada ketua kelompok kecil mereka dan mendapatkan poin. Tidak hanya mengunggah, demi menaikkan aktivitas akun @terselimuti, peserta diminta untuk menandai @terselimuti di setiap unggahan ulang mereka. Unggahan kampanye sangat bervariasi, tidak hanya berupa unggahan ulang namun terdapat video singkat seperti, video *handsign* @terselimuti, yang harus diunggah ke dalam reels Instagram masing-masing peserta. Peserta juga dibebaskan untuk mengedit videonya sekreatif mungkin dan memberikan caption yang menarik bagi pengikut akun mereka masing-masing. Tidak lupa dengan hashtag ala akun @terselimuti seperti, #ChildGrooming #BukaSelimutmu #WeHereToHear dan tak lupa hashtag #BeraniBersama.

Setelah mengikuti berbagai unggahan kampanye, ada pula acara webinar yang bertajuk Child Grooming 101. Webinar diadakan pada Sabtu, 11 Juni 2022 pukul 19.00 WIB menggunakan platform Google Meet. Dalam webinar tersebut, dipaparkan perihal pengertian, ciri-ciri, dan bentuk *child-grooming* kepada para peserta. Pengetahuan ini bermanfaat bagi peserta agar dapat lebih mengerti perihal *child-grooming* itu sendiri, sehingga saat melakukan

kampanye, peserta dapat mengerti makna dari keterlibatan mereka dalam kampanye ini. Esok harinya, peserta mempunyai jadwal Nonton Bersama film yang nantinya akan dijadikan tugas kampanye. Film tersebut berisi film yang menggambarkan perilaku *child-grooming*. Terdapat dua film, film barat dan film pendek Indonesia. Film pendek tersebut menggambarkan bagaimana perilaku dan pelaku *child-grooming* memanipulasi korban hingga korban hamil dan menggambarkan pula respon dari masyarakat serta orang terdekat yang masih kurang tepat. Dampak dari menjadi korban *child-grooming* juga ditampilkan di film pendek tersebut. Melalui film pendek ini, peserta diminta untuk mengulas film-film tadi dan membagikannya di Instagram Story menggunakan format yang sudah dibuat oleh akun @terselimuti dan menandai akun @terselimuti. Ulasan ini juga terjadwal, sehingga peserta harus kompak saat mengunggah materi yang mereka buat di waktu yang sudah ditentukan. Setelahnya, peserta bisa melaporkan unggahannya kepada ketua kelompok kecil dan mendapatkan poin.

Pada kegiatan di atas, ternyata dapat dikaji dengan interaksionisme simbolik oleh Mead (2018), yang mana membahas mengenai makna. Makna merupakan produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Terutama pada kegiatan Nonton Bersama film yang nantinya akan dijadikan tugas kampanye. Film tersebut berisi film yang menggambarkan perilaku *child-grooming*. Ada makna yang disampaikan dalam penayangan film tersebut, kegiatan ini dimaksudkan agar peserta dapat lebih mengerti perihal *child-grooming* itu sendiri, sehingga saat melakukan kampanye, peserta dapat mengerti makna dari keterlibatan mereka dalam kampanye ini. Penggunaan bahasa pada tayangan filmnya juga dapat dipahami oleh seluruh peserta kegiatan yang mengikuti rangkaian acara tersebut. Ada banyak istilah-istilah baru yang didapatkan oleh peserta terkait perilaku *child-grooming*, seperti perilaku manipulatif oleh pelaku, dll. Pemaknaan tersebut dapat dijabarkan dan dinegosiasikan oleh penggunaan bahasa agar para peserta memahami dari istilah-istilah tersebut.

Dalam interaksionisme simbolik oleh Mead (2018), negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa), namun juga gagasan yang abstrak. Akan tetapi, nama atau simbol yang digunakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbitrer (sembarang). Artinya, apa saja bisa dijadikan simbol dan karena itu tidak ada hubungan logis antara nama atau simbol dengan objek yang dirujuknya, meskipun terkadang sulit untuk memisahkan kedua hal itu. Melalui penggunaan simbol itulah manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang dunia.

Selain program Berani Bersama Batch 1, pada Sabtu 2 Desember 2023 tim @terselimuti mengadakan program kampanye luring. Dalam acara ini, @terselimuti berdiskusi dan berbagi edukasi tentang *child-grooming* bersama FORAKSI (Forum Anak Kota Bekasi) di Kantor DP3A Kota Bekasi. Disebutkan dalam caption unggahannya, kegiatan ini merupakan bagian dari kampanye 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan yang diperkasai oleh Komnas Perempuan di Indonesia. Kegiatan ini berisi pemaparan materi tentang *child-grooming*, tanya-jawab seputar *child-grooming* serta belajar *handsign* @terselimuti bersama-sama.

Ada pula gerakan anti *child-grooming* lain juga yang menggunakan media sosial untuk mengkampanyekan gerakan tersebut, seperti kegiatan kampanye daring yang dilakukan oleh DP3A Kota Malang juga melakukan kampanye gerakan anti *child-grooming* (Arifah, 2021). Pada saat itu, kegiatan belajar mengajar dialihkan ke rumah masing-masing dengan sistem Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) yang menggunakan perangkat gadget lewat pertemuan *online*, hal ini memberikan ruang bagi anak untuk lebih leluasa dalam menggunakan media sosial tanpa mereka sadari bahwa predator seksual anak juga semakin marak mengincar korbannya lewat internet yang membuat meningkatnya kasus *child-grooming* terjadi pada masa pandemi Covid-19 ini sebagaimana yang ada di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Malang. Dan di masa pandemi tentu mengalami banyak kendala dalam menjawab

problematika serta melakukan upaya pencegahan dan penanganan kasus tersebut, oleh karena itu penelitian ini berpusat pada upaya pencegahan serta kendala yang dialami Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Malang dalam mencegah *child grooming* terhadap anak pengguna media sosial pada masa pandemi Covid-19.

Teori interaksionisme simbolik oleh Mead (2018) tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya dikonstruksi secara interpretif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama. Ada beberapa asumsi mengenai interaksionisme simbolik, yang pertama, manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain terhadap mereka. Seperti upaya dari kegiatan kampanye oleh tim @terselimuti di Kota Bekasi dan DP3A Kota Malang yang berusaha menyampaikan makna *child-grooming* pada audiensnya masing-masing di kedua kota tersebut. Dari adanya kegiatan kampanye tersebut ternyata direspon secara positif oleh para audiens. Hal ini artinya penyampaian makna yang disampaikan oleh pengurus akun @terselimuti dan DP3A Kota Malang berhasil tersampaikan dengan baik.

Kemudian asumsi yang kedua pada interaksionisme simbolik oleh Mead (2018) menyampaikan bahwa makna diciptakan dalam interaksi antar manusia, oleh sebab itu pengurus akun @terselimuti dan DP3A Kota Malang membangun interaksi secara aktif dengan para audiens di kota berbeda agar dapat menyampaikan makna terkait kampanye gerakan anti *child-grooming*. Asumsi ketiga yaitu bahwa makna dimodifikasi melalui proses interpretatif. Makna *child-grooming* yang awalnya disalah-artikan oleh para audiens dapat diluruskan oleh program gerakan kampanye anti *child-grooming* yang dilakukan oleh pengurus @terselimuti dan Kota Malang, yang tadinya tidak banyak pelajar dan anggota yang memahami makna *child-grooming* menjadi paham dan mengerti mengenai istilah tersebut. Sehingga meningkatkan kesadaran pada para audiens di target audiens masing-masing.

BAB IV

BENTUK-BENTUK EKSPRESI DAN ALASAN PUBLIKASI NARASI ANTI *CHILD-GROOMING* DI AKUN @TERSELIMUTI

A. Bentuk-bentuk Ekspresi Akun @terselimuti

Ada beberapa bentuk ekspresi yang digunakan oleh akun @terselimuti, di antaranya adalah:

1. Desain

Desain yang dimaksud dalam tulisan ini adalah format gambar dengan teks yang diletakkan sedemikian rupa dan diatur senada dengan citra yang dipunyai oleh akun @terselimuti. Akun @terselimuti mempunyai beberapa unggahan desain yang terpampang pada laman profilnya. Salah satu contoh unggahan desainnya sebagai berikut.

Gambar 8. Contoh desain pada akun @terselimuti



Sumber: akun Instagram @terselimuti

Akun @terselimuti mempunyai citra dengan warna ungu yang merupakan warna resmi hari perempuan internasional dan melambangkan perempuan serta korban *child-grooming* yang kebanyakan anak

perempuan (sumber utama pranala akun Instagram @terselimuti). Mead (2018) dalam teori interaksionisme simboliknya membagi menjadi 3 basis ide pokoknya, yang salah satunya adalah *mind* (pikiran), memiliki arti kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, yang mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain (Mead, 2018). Hal ini berkaitan dengan cara @terselimuti membagikan pesan-pesan yang akan disampaikan untuk audiens, @terselimuti sangat mengetahui penggunaan simbol-simbol seperti desain yang didominasi dengan warna ungu, warna tersebut melambangkan hari Perempuan internasional. Sasaran dari pesan-pesan yang disampaikan pada konten-konten @terselimuti memang tertuju untuk semua kalangan dan gender, namun target utama audiens agar lebih sadar pada isu ini adalah perempuan dan anak, yang mana perempuan dan anak merupakan korban paling banyak pada kasus *child-grooming* (Sumera, 2013).

Pada hal ini ungkapan teori interaksionisme simbolik Mead (2018) mengenai interaksi sosial dapat mempengaruhi bentuk perilaku berupa penerimaan dan penolakan dengan simbol yang diterima oleh struktur sosial, dan proses-proses interaksi yang terbentuk menggunakan simbol bahasa, adat istiadat atau budaya, sosial, dan agama sesuai dengan tulisan dari desain-desainnya yang mudah dimengerti dan kekinian mengikuti zaman. Seperti pada gambar di atas yang menggunakan sub-judul bahasa Inggris seperti *intense contact* dan *blackmail*, namun semua deskripsi menggunakan bahasa Indonesia secara utuh, dalam konten *intense contact* dijelaskan “Setelah hubungan/kepercayaan antara pelaku dan korban terbangun, pelaku akan mulai sering melakukan kontak dengan korban, seperti menawarkan antar jemput, mengajak jalan-jalan, chatting sampai larut malam. Korban mulai terisolasi secara emosional, dengan menganggap bahwa pelaku yang paling memahami atau dapat memenuhi keinginan korban, yang kemudian akan menjauh dari orang-orang terdekatnya (seperti teman, keluarga)”.

Selanjutnya dijelaskan pelaku akan melakukan *blackmail* dengan meminta korban merahasiakan hubungan mereka dan melakukan ancaman dengan hal tersebut untuk memenuhi keinginan pelaku. Setelahnya, korban merasa takut, tidak berdaya, dan merasa ketergantungan dengan takut kehilangan pelaku, dan memberi apapun yang pelaku mau sehingga korban akhirnya makin terikat dengan pelaku. NSPCC menyebutkan bahwa pelaku menggunakan *blackmail* untuk membuat anak merasa bersalah atau malu, lalu mereka memperkenalkan ide untuk menyembunyikan sehingga pelaku dapat mengontrol, membuat takut, dan terintimidasi. Korban memiliki perasaan yang kompleks secara bersamaan, seperti cinta namun merasa takut dan bingung (NSPCC, N.d).

Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti ini, didukung oleh komentar dari audiens @terselimuti. Akun Instagram @kylaagr berkomentar, “to the point dan gampang dimengerti! Thanks terselimuti (emotikon hati ungu)”. Komentar tersebut memberikan pujian kepada akun @terselimuti atas unggahannya yang mudah dimengerti dan langsung kepada inti pembahasan atau tidak bertele-tele. Akun @kylaagr menyerap konten tersebut melibatkan stimulus, yang mana bahasa bertindak sebagai simbol yang akan diproses oleh pikirannya. Seperti yang disebutkan oleh Mead (2018), salah satu simbol pada interaksionisme simbolik adalah bahasa, bahasa dibangun untuk membentuk dan mempengaruhi norma-norma yang diikuti oleh masyarakat. Setelah menerima stimulus tersebut, ia memproses informasi tersebut dalam “*mind*” atau pikirannya yang melibatkan interpretasi dan pemahaman makna dari simbol atau bahasa yang disajikan dalam konten tersebut. Pikiran berkembang dan bekerja dalam konteks interaksi sosial ini, sehingga interpretasi dan pemahaman dapat terjadi dalam diri @kylaagr. Proses pemahaman atau internalisasi ini lah yang membentuk atau memengaruhi “*self*”. Interaksionisme simbolik Mead menyebutkan bahwa “*self*” adalah entitas yang berinteraksi dengan lingkungan sosial dan

bereaksi terhadapnya. Pada hal ini, reaksi @kylaagr berupa pengakuan terhadap kejelasan dan efektivitas konten tersebut mencerminkan bagaimana “*self*”-nya terbentuk. Komentar tersebut adalah ekspresi “*self*” yang menunjukkan apresiasi dan identifikasi cara penyampaian akun @terselimuti. Selain itu, komentar yang diberikan juga merupakan bagian dari umpan balik yang merupakan bagian dari proses interaksi sosial yang lebih luas.

Dengan mendapat komentar tersebut, @terselimuti berhasil membangun norma baru tentang perilaku *child-grooming* yang selama ini masih tidak banyak disadari oleh masyarakat luas (Mead, 2018). Pada pernyataan di atas, sesuai Mead (2018) bahwa interaksionisme simbolik merupakan interaksi sosial antar-individu yang melibatkan simbol-simbol untuk saling berkomunikasi antar-sesama teori ini juga menggambarkan bagaimana individu memahami dunia sosial mereka melalui proses interaksi sosial dan penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna-makna. Terlihat dari interaksi yang terbangun antara @terselimuti dengan audiens yang mengikuti akun tersebut, respon dari audiens menunjukkan adanya interaksi dua arah. Sehingga @terselimuti juga mendapatkan umpan balik dari audiens berupa komentar, likes, membagikan ke Instagram Story dan teman audiens, bahkan ada audiens yang mengulas salah satu pesan dari konten @terselimuti ketika diwawancarai oleh peneliti seperti berikut.

“mmm,...impact? Pertama yang jelas pengetahuannya...jadi...sejauh ini kan *child-grooming* Cuma Taunya “oh pelecehan” tapi ga paham pelecehannya gimana, ciri-cirinya gimana, apakah tingkah laku A bisa disebut *child-grooming* atau engga? Jadi lebih ke merasa aware terhadap *child-grooming* dan bisa mmmm memberikan....apa ya? Kayak bisa ngasih tau ke orang lain juga kalo misalnya ada...mengalami hal hal yang mendekati *child-grooming*...kita bisa langsung ngasih tau “eh kalo gitu tuh ga bener tau” (Lubna, Narasumber pengikut akun @terselimuti).

Lubna sebagai salah satu narasumber merasakan dampak bagi dirinya, yang mana ia menjadi lebih mengerti akan *child-grooming* dalam edukasi yang diberikan oleh akun @terselimuti. Bahasa yang digunakan mudah dimengerti sehingga Lubna sebagai audiens pun dapat menyebarkan kembali ke teman-teman atau orang terdekatnya bahwa hal-hal yang berciri *grooming* tidak benar.

Selain penggunaan bahasa sebagai simbol pada konten-konten @terselimuti, dalam karya "*Educating Adolescent Reproductive Health and Sexuality through the Instagram Account @tabu.id*," teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead juga digunakan sebagai landasan analisis. Menurut Mead dalam Sofian, Auliani, Ni'matul (2022), simbol merupakan bagian integral dari setiap hubungan sosial. Dalam interaksi simbolik, individu saling bertukar simbol yang dipahami bersama oleh semua aktor, dan proses ini membentuk dasar bagaimana setiap orang berperilaku terhadap orang lain. Pada media sosial, interaksi simbolik ini terjadi melalui perantaraan perangkat digital, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain tanpa memerlukan kedekatan fisik. Pertukaran simbolik yang terjadi dalam komunikasi berulang dalam jaringan individu mungkin lebih kompleks, mengandung arti yang lebih luas, dan pastinya berbeda dari interaksi kehidupan nyata.

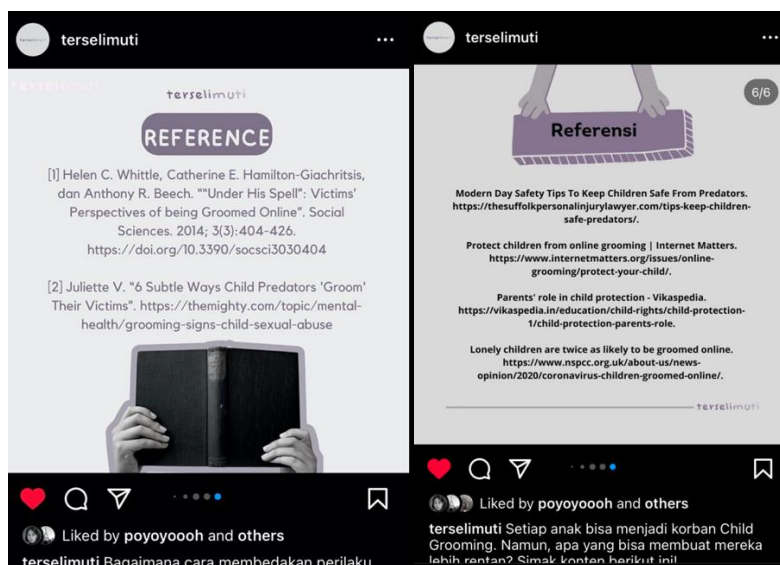
Ide pokok Mead (2018) dari teori interaksionisme simbolik adalah diri (*self*), yang artinya kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya. Pada fase ini berfokus pada pentingnya konsep diri. Pada tema interaksi simbolik ini menekankan pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya.

Konsep diri (*self*) dari Mead (2018) dapat mengkaji unggahan dari @terselimuti yang berbentuk desain tidak hanya berisi pengertian, namun

juga hal teknis seperti. “Temanku jadi Korban *Child-grooming*, Lantas Aku Harus Bagaimana?”, pemikiran seperti di atas lumrah dirasakan oleh orang-orang yang akhirnya paham makna *child-grooming* dan sadar orang di sekitarnya ada yang sedang menjadi korban. Dengan adanya unggahan tersebut, kegelisahan para audiens dapat terjawab dengan lugas serta cara-cara-caranya yang sangat bisa diaplikasikan dan berhati-hati dalam menghadapi korban seperti, langkah pertamanya tidak menyalahkan korban, kemudian membantu korban yang merupakan teman itu untuk membicarakan hal tersebut kepada pendampingnya, sehingga tidak serta-merta melewati korban dan perlahan agar korban tetap merasa nyaman. Penulis mencermati adanya penilaian sudut pandang dalam arti simbol refleksi diri mengenai cara menangani korban *child-grooming* yang dikampanyekan oleh @terselimuti.

Selain itu, setiap postingan akun Instagram @terselimuti mempunyai referensinya masing-masing. Terdapat sumber daring, jurnal maupun tautan berita dan artikel.

Gambar 9. Gambar Referensi-referensi yang Dipakai @terselimuti



Sumber: akun Instagram @terselimuti

Seperti sumber dari The Suffolk Personal Injury Lawyer, Internet Matters, Vikaspedia, NSPCC, Rain, Childmind serta Orami. Sumber-sumber referensi ini menguatkan bahwa konten-konten yang dibuat tidak hanya subyektivitas kreator konten @terselimuti, tetapi berdasar kepada sumber-sumber kredibel.

Bukan hanya itu, pengurus akun @terselimuti juga mengambil kasus-kasus terkini agar audiens dapat lebih mengerti dan merasa nyambung. Seperti konten yang berisi kasus unggahan salah satu akun X diduga seorang anak 17 tahun yang berpacaran dengan laki-laki berumur 21 tahun dan korban sering diperiksa keperawanannya dengan memasukkan jari kemudian meremas bahkan menjilat dada korban. Setelahnya, korban menemukan bahwa perilaku pelaku adalah pelecehan, namun pelaku berkilah bahwa menjadi hal yang wajar untuk mengecek bagian tubuh privat pacar sendiri. Sejalan dengan dasar karakteristik *child-grooming* yang diungkapkan oleh Salamor, dkk (2020) bahwa terdapat manipulasi dari pelaku, dalam konten ini pelaku berkilah bahwa mengecek keperawanan dengan memasukkan jari adalah hal yang wajar bagi seorang pacar, sehingga korban termanipulasi, dikontrol dan pelaku memperoleh kekuatan untuk meneruskan kegiatan pelecehan tersebut. Menurut Mead (2018), konsep diri (self) terbagi menjadi dua unsur, "I" dan "Me." "I" adalah aspek spontan dan kreatif diri yang bereaksi terhadap situasi. Seperti pada penuturan korban di atas ternyata mengundang komentar-komentar jahat netizen dalam postingan korban *child-grooming*, "inimah settingan, mana ada orang setolol ini" atau "nder gua ga tega ngatain lu bego tapi gimana, kenapa lu diem aja? Lu 17 tahun gak ada belajar apa apa kahh anj". Respon spontan dari netizen tersebut merupakan reaksi mereka terhadap pernyataan korban. Netizen bereaksi demikian karena mereka yang bukan korbannya merasa pernyataan korban tidak logis karena dilihat dari umur korban.

Dengan ini, @terselimuti membuat konten unggahan yang memberikan penjelasan dan penegasan ulang bahwa tindakan *grooming*

memanipulasi dengan membangun ikatan emosional agar korban percaya dengan pelaku dan disalahgunakan untuk memenuhi kepuasan pelaku. Sehingga, kata-kata jahat atau menyalahkan korban tidak tepat dalam kasus *grooming*. Sesuai dengan konsep diri kedua yaitu "*Me*" adalah bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut. Proses interaksi membantu membentuk dan mengembangkan "*Me*". Dalam hal ini, @terselimuti berusaha untuk menjelaskan ketidakpahaman netizen yang tidak berada di posisi korban, bahwasannya korban telah dimanipulasi oleh pelaku walaupun usia korban sudah menginjak 17 tahun.

Beragam jenis konten yang disajikan oleh akun @terselimuti, tidak hanya hal-hal dasar seperti arti dan makna dari *child-grooming*, tetapi juga tulisan yang memberi makna dalam seperti, "selalu berhati-hati karena, bukanlah sebuah kebaikan apabila hal tersebut membuat kamu tidak aman". Tulisan ini seperti menjadi pengingat bagi audiens untuk lebih berhati-hati akan kasus-kasus *child-grooming* yang masih banyak terselimuti atau tidak terlihat oleh modus pelakunya. @terselimuti menggunakan simbol dan bahasa yang memberi peringatan dari tulisan ini sehingga dapat terasa maknanya oleh audiens.

Konten lainnya juga membawa kasus riil yang sering terjadi di sekitar seperti ilustrasi obrolan dalam konten @terselimuti. Ada ucapan orang-orang dengan narasi negatif, mengira korban suka dengan guru itu, kemudian ada pula yang mengatai korban dengan "salah sendiri lo ladenin, gatel sih!" atau "udah tau aneh, dibales mulu. Lu harusnya peka" yang sering dialami oleh korban. Konten ini menunjukkan konsep diri "*Me*" yang mana "*Me*" merupakan bagian diri yang terbentuk dari pandangan orang lain terhadap individu tersebut. Seperti yang dilakukan @terselimuti dalam merespon perspektif orang-orang yang masih menyalahkan korban, @terselimuti berusaha mengajak audiens untuk tidak menyalahkan korban, karena korban membutuhkan dukungan dari sekitarnya. Kasus di atas mengedukasi tentang respons terhadap korban *child-grooming* yang

masih seringkali dicemooh akan hal yang didapatinya. Konten di atas menggambarkan bahwa respons-respons lumrah ini tidak seharusnya dilakukan pada saat korban percaya untuk cerita kepada audiens dengan caption unggahan “pernah nggak kalian kalau ada orang lagi cerita tentang keresahan yang mereka punya, justru kalian secara sadar ataupun nggak merespon kayak begini?” yang mana menggugah audiens sehingga menyadari respons-respons yang pernah digunakan atau mungkin didengar di sekitarnya itu tidak dapat digunakan lagi.

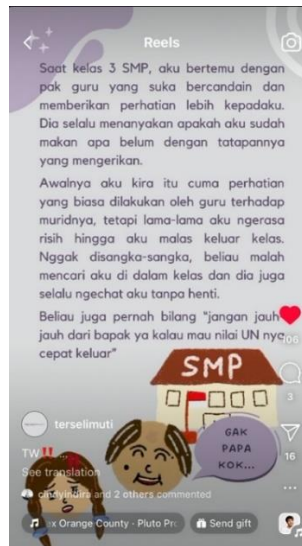
Teori interaksionisme simbolik menurut Mead (2018) dapat mengkaji bagaimana akun Instagram @terselimuti mengkampanyekan gerakan anti *child-grooming*, memahami simbol-simbol dan peran mereka dalam interaksi daring dan penyebaran makna *child-grooming*. Seperti dalam simbol, yang dapat berupa kata-kata, emoji, atau gambar yang memiliki makna. Contohnya bentuk konten desain di atas menggunakan meme sebagai area lucu sehingga variasi atas konten-konten tidak monoton. Konten tersebut juga menggambarkan kebingungan yang seringkali dialami audiens dalam membedakan perilaku *child-grooming* dan perilaku orang yang benar-benar menyayangnya sehingga sangat merasa terhubung dengan meme tersebut. Hal ini artinya meme menjadi salah satu simbol dalam penyampaian pesan dari konten-konten @terselimuti agar tidak monoton, selain itu juga makna dari meme di atas menggambarkan masyarakat yang masih awam akan istilah *child-grooming*, maka dari itu konten ini memberikan kesan humor atas kebingungan audiens @terselimuti. Tidak sampai situ, @terselimuti memberikan solusi berupa edukasinya kepada audiens untuk meningkatkan kesadaran mengenai perbedaan sikap-sikap *child-grooming* atau yang tidak termasuk hal tersebut.

2. Reels Video

Reels video adalah sebuah gambar bergerak yang sudah disunting dengan perpaduan tulisan, transisi, dan musik atau suara serta dapat

mengandung sebuah pesan di dalamnya (Instagram, nd). Akun @terselimuti mempunyai 26 Reels video yang terpampang di laman profil Instagram mereka.

Gambar 10. Gambar Salah Satu Konten Reels Video



Sumber: akun Instagram @terselimuti

Terdapat video yang memberikan cerita nyata tentang perilaku *child-grooming* dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan harapan masyarakat luas akan menangkap pesan dalam video tersebut dengan mudah. Isi dari konten tersebut bercerita tentang pelajar SMP yang mengadu ke bilik @terselimuti bahwa ia diperhatikan lebih oleh guru laki-lakinya sampai keluar kata “jangan jauh-jauh dari bapak ya kalau mau nilai UN nya cepat keluar”. Tidak sampai di situ, pelaku membuat risih korban dengan melihatnya saat menari dan senyum-senyum di SMA tempatnya sekarang bersekolah. Pelajar tersebut mendapatkan cara-cara untuk menghindari perilaku tidak menyenangkan tersebut dari @terselimuti sehingga lebih berani untuk berekspresi karena *child-grooming* bukanlah aib. Pada akhir konten, @terselimuti menyematkan bahwa semua cerita yang masuk ke TanyaTerselimuti akan selalu mendapat perhatian dan cerita yang disebarakan sudah atas konsen dari korban, jadi tidak perlu takut untuk bercerita atau bertanya tentang keresahan audiens karena terselimuti

menggunakan tagarnya *#WeHereToHear* atau kami di sini untuk mendengarkan. Dengan dibuatnya konten video ini pula, akun @terselimuti mencoba menjangkau tren dan kesukaan Gen-Z agar konten dapat tersebar dengan lebih luas.

Video reels dengan pendekatan visual dan singkatnya narasi yang digunakan, sesuai dengan pemahaman teori Mead (2018), Interaksi-simbolis dilakukan melalui bahasa sebagai satu-satunya simbol yang terpenting dan melalui isyarat. Simbol bukan fakta yang sudah jadi tetapi proses yang kontinu. Seperti konten video reels yang kemudian digunakan oleh akun @terselimuti juga mencerminkan fragmentasi dalam narasi dan identitas. Pengurus akun @terselimuti menggunakan berbagai pendekatan pada audiens, yang salah satunya melalui video reels untuk menyampaikan makna *child-grooming* dengan menyajikannya secara audio-visual. Setiap kontennya memiliki pengalaman dan cerita yang unik. Bahasa dan visual dalam video reels dapat membantu memecah stereotip dan menunjukkan beragam pengalaman tersebut. Proses penyampaian makna inilah yang menjadi *subject matter* dari interaksi-simbolis.

Tidak hanya itu, Interaksionisme simbolik-nya Mead (2018) juga dapat melihat dari konten video reels ini, yang mana dapat menciptakan pengalaman dari simbol, yang mana emosi dan dampak dari pengalaman penyintas *child-grooming* menjadi lebih intens melalui visual, musik, dan narasi yang ditunjukkan menghasilkan dampak emosional yang kuat, mendekati pengalaman yang sebenarnya. Video reels menciptakan realitas digital yang memiliki dampak emosional dalam konteks realitas nyata. Dalam video reels, simbolisme dan visual dapat digunakan untuk menggambarkan simbol yang kuat terkait dengan isu *child-grooming*. Simbolisme ini menciptakan makna yang mendalam dan mengundang audiens untuk merenung.

Akun lain seperti @tabu.id yang dikaji oleh Sofian, Auliani, Ni'matul (2022) juga menggunakan dialog online antara administrator dan pengikut Instagram mereka, serta interaksi antar pengikut. Dalam akun

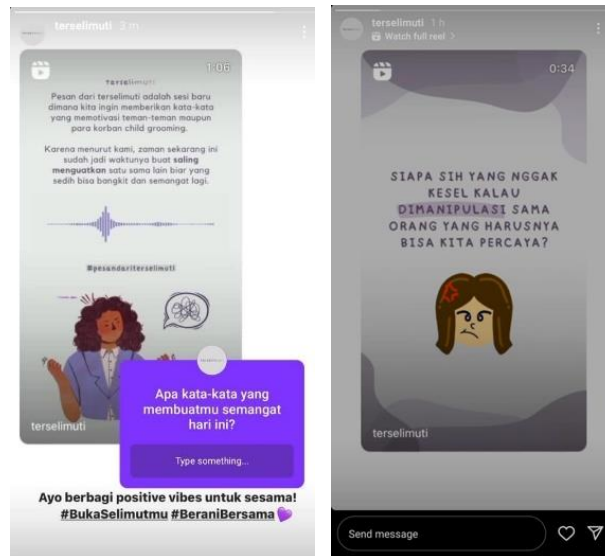
tersebut melibatkan pertukaran teks serta berbagai simbol visual seperti GIF, stiker, dan emotikon. Baik simbol tekstual maupun visual dalam keterlibatan ini diinterpretasikan secara subjektif oleh setiap aktor, tetapi yang pasti adalah bahwa interaksi ini mengandung nilai sosial. Teori Interaksionisme Simbolik menekankan bahwa simbol sebagai konstruksi sosial budaya ada dalam setiap interaksi manusia. Dengan dikomunikasikannya, simbol-simbol ini diinterpretasikan sebagai objek yang terkait dengan kehidupan sehari-hari setiap individu dan berkontribusi pada kerangka acuan mereka sebagai makhluk sosial.

Konten video juga menjadi alat kekuasaan dalam menyampaikan pesan gerakan penyintas. Bahasa yang digunakan dalam narasi atau judul video dapat membangkitkan emosi, menarik perhatian, dan memengaruhi persepsi audiens tentang isu *child-grooming*.

3. Instagram Story

Instagram Story adalah salah satu fitur dalam media sosial Instagram yang menampilkan konten berdurasi 24 jam dan akan menghilang setelahnya. Konten yang dibagikan dapat berupa gambar, video, atau tulisan. Akun @terselimuti juga menggunakan fitur ini untuk memberikan pemberitahuan konten terbaru bagi pengikutnya di Instagram, sehingga pengikut dapat langsung menekan melalui beranda masing-masing dan menuju konten terbaru tersebut.

Gambar 11. Salah satu contoh Instagram Story pada akun Instagram @terselimuti



Sumber: akun Instagram @terselimuti

Unggahan Instagram Story pada akun @terselimuti berisi konten-konten mereka yang masih belum mendapatkan atensi lebih dari pengikutnya, sehingga dibagikan ulang melalui Instagram Story untuk memudahkan pengikut yang hanya aktif melihat konten Instagram Story agar tidak ketinggalan unggahan-unggahannya.

Mead dalam Poloma (2010) menyetujui adanya pengembangan arti penting perilaku terbuka (*overt* atau obyektif) dan tertutup (*covert* atau subyektif) dalam interaksionisme simbolik-nya. Perilaku tertutup (*covert* behavior), merupakan respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tertutup. Seperti tindakan pasif audiens melihat Instagram Story yang pengurus akun @terselimuti bagikan narasi dalam bentuk singkat yang cepat hilang. Instagram Story juga mencerminkan fragmentasi dalam komunikasi dan narasi. Bahasa yang digunakan dalam Instagram Story dapat menciptakan pengaruh kuat dalam jangka waktu singkat, membangkitkan perasaan dan reaksi yang cepat dari audiens. Sehingga audiens dapat berpikir, bersikap, mengolah persepsi, emosi, pengetahuan ketika melihat konten Instagram story @terselimuti.

Tidak hanya itu, konten Instagram Story dapat menghadirkan berbagai aspek dari pengalaman-pengalaman dan narasi pengurus akun @terselimuti. Dalam batasan waktu yang singkat, penggunaan beragam elemen seperti teks, foto, dan video dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang identitas penyintas. Dalam Instagram Story, pengurus dapat menggunakan emoji, teks, atau musik untuk menciptakan simulasi emosi yang mendekati pengalaman nyata.

Sedangkan perilaku terbuka (*overt behavior*), merupakan respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk nyata/terbuka. Contohnya Instagram Story yang menyediakan wadah bagi audiens untuk berinteraksi melalui fitur seperti polling atau pertanyaan. Ini mencerminkan partisipasi aktif yang ditekankan dalam teori interaksionisme simbolik dari Mead (2018). Audiens dapat berpartisipasi langsung dengan konten, menciptakan dialog interaktif. Tidak hanya itu, Instagram Story memudahkan respon audiens terhadap stimulus dalam bentuk konten Story yang dapat diakses langsung dari beranda.

4. Instagram Highlights

Instagram Highlights adalah kumpulan Instagram Story yang disematkan di laman profil Instagram sehingga dapat dilihat berulang kali, tidak menghilang dalam waktu 24 jam seperti Instagram Story yang tidak disematkan. Akun @terselimuti mempunyai tujuh Instagram Highlights yang tersemat di profil akun mereka.

Konten yang disematkan pada highlight instagram @terselimuti ini ternyata juga sesuai dengan perilaku tertutup (*covert behavior*) oleh Mead (2018) yang mana respon audiens terhadap konten yang disematkan tersebut bersifat tertutup. Audiens sebenarnya bisa memberikan komentar, namun karena konten-konten yang disematkan tersebut bersifat lampau, audiens cenderung lebih memilih untuk mengamati dan membaca saja, sehingga audiens dapat berpikir dan menyerap pesan-pesan dari @terselimuti pada highlight-nya, kemudian akan menciptakan perspektif

baru untuk pada audiens yang sudah membaca dan mengamati konten-konten yang disematkan tersebut.

Terdapat beberapa judul berbeda di setiap highlight, yaitu self-motivation, CIMSight#21, KPP&Terselimuti, REFISI, KULTUM, Games, Facts dan #BeraniBersama yang dapat dilihat pada bagian atas melalui profil akun Instagram @terselimuti. Highlights memberikan pintasan bagi pengikut atau pengunjung akun @terselimuti untuk melihat beragam hal yang ingin akun @terselimuti tampilkan. Dalam penelitian Putri & Putri (2022) akun Instagram @mami.sneakers juga menggunakan Highlight untuk menyimpan berbagai informasi penting untuk tokonya, seperti testimoni, informasi produk, informasi diskon, dan cara pesan sehingga pengikut atau pengunjung akun @mami.sneakers dapat dimudahkan untuk melihat informasi-informasi tersebut di atas laman profil akun tanpa harus menggulir ke bawah yang mana postingan lain sudah menumpuk.

Instagram Highlights memungkinkan pengurus untuk mengatur dan membagikan konten dalam kelompok tematik yang berbeda. Hal ini mencerminkan fragmentasi dalam narasi dan identitas, yang mana setiap *highlight* menggambarkan aspek yang berbeda dari inti-inti penting perihal *child-grooming*. Penggunaan ikon, simbol, dan visual dalam Instagram Highlights seperti visual dalam sampul *Facts* atau *games* yang mewakili simbolisme yang mengandung makna mendalam. Simbolisme ini dapat mengundang audiens untuk merenung dan memahami lebih dalam tentang isu *child-grooming*.

5. Live Instagram

Live Instagram merupakan salah satu fitur Instagram yang mana pengikut akun dapat menyaksikan siaran dan berinteraksi secara langsung dengan pemilik atau admin akun yang diikutinya (Instagram, n.d). Penonton dapat meninggalkan komentar, memberikan tanda suka, dan membagikan siaran langsung tersebut kepada teman atau pengikutnya di

Instagram untuk interaksi atau meramaikan siaran tersebut. Akun @terselimuti juga pernah memakai fitur Live Instagram sebagai media kampanyenya.

Siaran langsung di Instagram ini dilakukan sekitar tahun 2022 dengan judul “Child Grooming 101”. Live Instagram ini dibawakan oleh pengurus sukarelawan @terselimuti batch 2 dengan durasi 1 jam 30 menit. Terdapat topik-topik seputar *child-grooming* yang dibawakan oleh pembicara dan interaksi dengan audiens. Interaksi ini terjadi melalui komentar-komentar audiens yang bertanya seputar *child-grooming* dengan lebih rinci dan pertanyaan contoh perilaku *child-grooming*. Terdapat tanya-jawab beberapa kasus yang ditanyakan audiens, apakah hal tersebut tindakan *child-grooming* atau bukan. Dalam siaran langsung ini terdapat total 100 audiens dari awal sampai akhir Live Instagram.

Dalam fitur Live Instagram ini ternyata juga bisa dilihat dari sikap terbuka (*covert*) menurut Mead (2018), bahwa dalam sebuah interaksi sosial perlunya sikap terbuka sehingga interaksi bisa dilakukan dengan dua arah. Seperti pada fitur live Instagram ini, anggota @terselimuti yang melakukan live memberikan sebuah topik materi mengenai isu *child-grooming* itu sendiri, dan mempersilahkan audiens yang menonton live tersebut untuk menanggapi dan mendiskusikan permasalahan, opini/ Pernyataan bersama anggota @terselimuti sebagai *host live*. Maka dari itu tercipta-lah interaksi dua arah yang kedua belah pihaknya sama-sama mendapatkan umpan balik yang diharapkan.

B. Alasan Akun @terselimuti Terbentuk

Terdapat 2 alasan pendiri akun @terselimuti mempublikasikan narasi anti *child-grooming*, yaitu:

1. Pengalaman personal pendiri @terselimuti sebagai korban

Adanya kasus Zara dan Okin membuat heboh netizen dan bermunculan kata-kata *grooming*. Pendiri akun @terselimuti, Cindy

Indira, menjadi tergelitik mencari tahu akan makna sebenarnya secara ilmiah dari beberapa sumber jurnal terpercaya.

“Terus setelah riset itu, kayak Cindy kilas balik gitu ternyata hidupnya. Terus kayak ‘oh ternyata dia juga termasuk korban grooming’ gitu loh.”
(Niken, Narasumber pengurus akun @terselimuti)

Cindy melakukan riset mendalam akan *child-grooming* setelah perbincangan ramai di internet akan kasus artis tersebut. Kemudian, setelah ia mendapat cukup informasi dan memahami makna *grooming*, ia menemukan fakta bahwa ia pernah menjadi korban *grooming* saat masih kecil. Dalam risetnya tersebut, ia menemukan satu makna *child-grooming* sehingga ia dapat mengidentifikasi pengalaman masa lalunya. Serupa dengan berdirinya akun @pcosfighterindonesia yang diperkasai oleh Andini yang juga merupakan penyandang PCOS, sehingga menggelitik sang pendiri akan pengalamannya tersebut (Ayuningtyas, Sofian, & Safitri, 2022).

Mead (2018) mengungkapkan bahwa realitas sosial dibangun melalui interaksi sosial. Individu menciptakan dan memahami dunia mereka sendiri melalui simbol-simbol yang mereka gunakan, salah satunya simbol bahasa. Bahasa menjadi peran penting dalam penyampaian makna. Bahasa mempunyai kemampuan untuk memengaruhi pandangan dunia dan realitas seseorang terhadap sesuatu sehingga dapat memengaruhi cara pandang seseorang atas masalah sosial. Bahasa dibangun untuk membentuk struktur sosial dan memengaruhi norma-norma yang diikuti oleh masyarakat (Mead, 2018). Dalam hal ini, bahasa dapat mengerucutkan satu hal menjadi hanya satu makna tunggal untuk membentuk persepsi akan *grooming*.

Riset dari pendiri akun @terselimuti membawanya menemukan satu makna yang tepat tentang *child-grooming* dan berinisiasi untuk menyebarkannya agar membawa perubahan dalam masyarakat akan

makna yang merepresentasikan tentang *child-grooming*. Riset ini melibatkan pencarian dan interpretasi informasi dari berbagai sumber, yang merupakan bagian dari proses pembentukan makna simbolik. Proses Cindy mengidentifikasi dirinya sebagai korban *child-grooming* setelah riset menggambarkan bagaimana "*self*" dibentuk dan direformulasi dalam konteks baru. Mead (2018) menekankan bahwa "*self*" adalah entitas yang terus berkembang melalui interaksi sosial dan refleksi diri. Penemuan Cindy tentang pengalamannya sendiri adalah hasil dari proses internalisasi makna baru dari *grooming*, yang membantunya memahami pengalaman masa lalunya dalam pengetahuan baru. Proses kognitif Cindy dalam melakukan riset dan refleksi tentang *grooming* menunjukkan bagaimana "*mind*" bekerja dalam kerangka Interaksionisme Simbolik. Pikirannya tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif menginterpretasi dan mengintegrasikan informasi tersebut ke dalam pemahaman yang lebih luas tentang dirinya dan pengalamannya.

Dialog sosial mengenai *grooming* yang dipicu oleh kasus Zara dan Okin menciptakan lingkungan di mana individu seperti Cindy dapat mengeksplorasi dan memahami konsep ini lebih dalam. Interaksi ini tidak hanya terjadi secara internal (dalam diri Cindy) tetapi juga secara eksternal, dalam komunitas yang lebih luas di internet, yang mencerminkan bagaimana masyarakat berkontribusi pada pembentukan dan reinterpretasi makna. Asumsi tersebut menjadi dasar penting dalam menjelaskan bagaimana individu berpartisipasi dalam media sosial, termasuk platform seperti Instagram. Upaya penyebaran perubahan dalam era media sosial tersebut, individu terus berinteraksi melalui simbol-simbol, seperti teks, gambar, dan emoji, untuk membangun identitas daring mereka. Mereka juga menginternalisasi pandangan orang lain tentang diri mereka berdasarkan respons yang mereka terima di dunia maya.

2. Miskonsepsi tentang *child-grooming* (multi-tafsir)

Banyak masyarakat luas yang masih belum mengetahui bahkan mendengar kata-kata *child-grooming*. Padahal, pelaku dan perilaku tersebut mengintai di sekitar anak-anak dan sangat rentan terjadi karena ketidaktahuan anak maupun orang tuanya. Dalam mendirikan akun @terselimuti, adanya multi-tafsir dari tanggapan atas kasus Zara dan Okin yang menyebutkan “*grooming*”, berikut ungkapannya.

”Jadi tu jadi, terselimuti itu karena awalnya Cindy covid, (tertawa). Iya jadi gini, jadi gini. Cindy lagi covid, terus kebetulan pas itu tu lagi rame. Pas itu lagi rame kasunya Zara sama Okin. Nah di Twitter tuh rame, ya di TikTok juga sih. Kayak orang bilang ‘ini *grooming*’ ‘ini *grooming*’ ‘ini *child grooming*’ gitu. Terus pas Cindy baca tu kayak ‘apasih *grooming* tu’.” (Darcyando, Narasumber pengurus akun @terselimuti)

Adanya banyak miskonsepsi tersebut membawa pendiri akun @terselimuti, membentuk tim dan membawa serius gerakan ini ke ranah virtual yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Tujuan pengurus @terselimuti untuk meluruskan makna *child-grooming* yang yang masih disalah-artikan. @terselimuti ini memiliki fungsi dan peran untuk memberikan informasi secara detail mengenai *child-grooming* itu sendiri. @terselimuti juga menggunakan metode sosialisasi dalam proses kampanyenya. Sejalan dengan teori interaksionisme simbolik oleh Mead (2018) yang menjelaskan mengenai proses sosialisasi, teori ini mengemukakan bahwa proses sosialisasi, yaitu pembelajaran aturan, norma, dan nilai-nilai sosial, terjadi melalui interaksi dengan anggota masyarakat lainnya. Interaksi sosial, khususnya di media sosial seperti Twitter dan TikTok yang disebutkan oleh Darcyando, memainkan peran penting dalam menyebarkan dan membentuk pemahaman tentang *child-grooming*. Diskusi dan komentar yang timbul dari kasus Zara dan Okin menggambarkan bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam dialog sosial

yang membentuk dan terkadang menyimpangkan makna dari istilah tertentu. Dalam proses ini, individu dari pengurus @terselimuti belajar untuk mengadopsi peran-peran sosial yang kemudian menjalani proses sosialisasi sehingga masyarakat dapat mengerti makna utuh dari *child-grooming*. Akun @terselimuti dibuat sebagai respons terhadap kebingungan dan miskonsepsi ini. Hal ini mencerminkan bagaimana "self" Cindy dan timnya, sebagai pembentuk akun, terbentuk dalam konteks sosial yang lebih luas. Mereka merespons miskonsepsi yang ada dengan tujuan untuk meluruskan dan menyediakan informasi yang akurat. Dalam proses ini, mereka juga membantu membentuk "society" atau masyarakat dengan menyediakan sumber informasi yang dapat diandalkan dan memperkuat norma-norma sosial tentang pemahaman yang benar mengenai *child-grooming*. Upaya dari akun @terselimuti juga sejalan dengan Ritzer (2010) yang menyatakan bahwa interaksionisme simbolik melihat bagaimana masyarakat memengaruhi dan membentuk individu di dalamnya. Dalam hal ini, pengurus @terselimuti mendorong individu lain untuk mengembangkan pikiran "mind" mereka akan informasi *child-grooming* melalui komunikasi dan interaksi sosial melalui daring. Maka dari itu, dalam konteks kampanye anti *child-grooming* di media sosial, norma-norma dan nilai-nilai sosial daring menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku daring, khususnya bagi anak-anak. Dengan fokus pada penyediaan informasi yang detail dan akurat, @terselimuti berfungsi sebagai agen sosialisasi dan pendidikan. Mereka berusaha mengatasi miskonsepsi dan membentuk pemahaman yang benar di masyarakat. Ini menunjukkan bagaimana lembaga atau individu dapat berperan dalam membentuk makna sosial dan mempengaruhi norma dan nilai dalam masyarakat melalui media sosial. Berbeda dengan era sebelum gawai pintar digunakan, saat mempunyai niat untuk membuat kampanye akan sesuatu, dibutuhkan usaha lebih karena harus dilakukan secara luring dan berinteraksi secara langsung, sehingga penyampaian makna kurang masif.

C. Alasan Akun @terselimuti Menggunakan Ekspresi yang Digunakan

Seperti yang sudah tertulis sebelumnya, hal yang melatarbelakangi dari akun terselimuti ini adalah untuk mengedukasi masyarakat mengenai child grooming dimulai dari pengertian child grooming, ciri-cirinya sampai ke cara pencegahan child grooming. Hal tersebut disampaikan melalui unggahan-unggahan akun terselimuti yang telah terbukti sesuai data dari penelitian, ekspresi yang digunakan oleh akun terselimuti ini adalah desain, video reels, Instagram Stories, dan Highlights. Ekspresi ini dipilih karena beberapa hal yaitu:

“Karena *education come from everywhere* jadi harus direach out dari semua fitur, setiap orang beda beda cara nangkap informasinya. jadi itu yang diupayakan, misal; udah post di feeds, direpost lagi di story buat rangkuman orang yang males liat panjang-panjang, mengajak animo masyarakat untuk berinteraksi, menghimbau untuk audience agar bisa mendeteksi orang-orang yang terindikasi menjadi pelaku child-grooming” (Cindy Indira, Narasumber pendiri akun @terselimuti)

1. Edukasi datang darimana saja

Alasan pertama dari pendiri akun @terselimuti, Cindy, menggunakan ekspresi-ekspresi tersebut secara bersamaan karena edukasi bisa datang dari berbagai bentuk, sehingga pengurus akun @terselimuti berusaha untuk memakai semua fitur-fitur yang ada untuk menyediakan edukasi dari berbagai bentuk ekspresi. Serupa halnya dengan akun @satgasppks.unsoed dan @ppksunj yang memilih untuk menyebarkan kampanye edukasi pencegahan kekerasan seksual di ranah kampus melalui Instagram (Widiyanti, Wuryaningsih, & Lestari, 2023).

Mead (2018) menjelaskan mengenai peran dalam teorinya, peran sendiri merupakan konsep peran atau fungsi penting dalam interaksionisme simbolik. Individu berperan sesuai dengan harapan sosial yang muncul dalam interaksi, dan pemahaman mereka tentang peran ini membentuk tindakan mereka. Dalam hal ini @terselimuti mengambil perannya untuk membawa perubahan pada pengguna media sosial agar dapat memberikan kesadaran tentang isu *child-*

grooming. Upaya kampanye @terselimuti dapat menjangkau ke semua kalangan. Maka dari itu, ekspresi-ekspresi yang digunakan oleh @terselimuti dapat didasarkan pada semua kalangan usia dari fasilitas-fasilitas fitur yang tersedia dalam bermedia sosial. Bahasa yang digunakan juga dapat dipahami semua kalangan dan struktur masyarakat. Penggunaan ekspresi dengan berbagai fitur dan bahasa yang umum diharapkan konten-konten yang diekspresikan oleh @terselimuti dapat relevan dalam jangka panjang.

2. Perbedaan cara manusia menangkap informasi

Cara belajar manusia ada 3, yaitu visual, auditif, dan kinestetik. Perbedaan cara belajar visual yang mana manusia menangkap informasi, gagasan, konsep, dan data yang dikemas dalam bentuk gambar, video, dan CD interaktif. Sedangkan manusia yang cara belajarnya auditif, menangkap informasi lebih banyak melalui pendengaran seperti membaca teks dengan lantang atau mendengar melalui audio. Berbeda dengan visual dan auditif, cara belajar kinestetik dapat lebih menangkap informasi melalui gerakan atau dengan melakukan langsung, menyentuh atau mengalami seperti beraktivitas dan pembelajaran yang kontekstual dan praktik (Waluyo, 2014). Akun Instagram @terselimuti memberikan konten-konten yang dipublikasikannya untuk menunjang cara-cara belajar masyarakat secara umum. Sehingga digunakannya semua ekspresi yang tersedia untuk 3 cara belajar tersebut melalui video, desain informatif, dan salam #BeraniBersama yang membuat audiens dapat mengikuti gerakannya.

Mead (2018) dalam teori interaksionisme simbolik-nya menyatakan bahwa dalam sebuah interaksi memiliki konteks sosial, teori ini menekankan pentingnya konteks sosial dalam memahami makna simbolik. Makna simbolik dapat berubah tergantung pada situasi dan konteks interaksi. Cara audiens menangkap makna dari pesan yang disampaikan oleh @terselimuti berdasarkan makna simbol yang disajikan. Salah satu simbol dalam konten @terselimuti adalah bahasa. Bahasa mempunyai kemampuan untuk memengaruhi pandangan dunia dan realitas seseorang terhadap sesuatu

sehingga dapat memengaruhi cara pandang seseorang atas masalah sosial, seperti tingkatan kelas, gender, ras, dan hal lainnya. Bahasa dibangun untuk membentuk struktur sosial dan mempengaruhi norma-norma yang diikuti oleh masyarakat. Sehingga konten-konten yang disajikan oleh akun @terselimuti dapat membentuk cara pandang baru kepada audiens mengenai substansi konten-kontennya, seperti cara pandang mengenai *child-grooming* itu sendiri, modus pelaku, bagaimana korban seharusnya menyikapi perilaku pelaku, dll.

3. Mengajak masyarakat untuk berinteraksi di ranah publik

Tidak hanya satu arah memberikan edukasi, namun akun Instagram @terselimuti mengajak audiensnya untuk saling berinteraksi dan memberikan umpan balik di kolom komentar. Seperti pada caption berikut,

Gambar 12. Caption unggahan akun Instagram @terselimuti



Sumber: akun Instagram @terselimuti

Caption yang dituliskan “bingung deh kalau ayang marah pas ngajak video call tapi ku nolak pake tanktop tuh wajar nggak sih?” terlihat mengajak audiens untuk ikut berpikir dan membalas di kolom komentar. Tulisan tersebut berhasil menarik perhatian dengan menghasilkan 15 komentar.

Unggahan tersebut mendapat beragam macam respons ketidaksetujuan audiens yang terlihat, seperti yang diungkapkan oleh akun @tiredaftsex yang

memiliki 4 likes “gak wajar banget, kalau udah gitu mending tinggalin deh”, lalu komentar @danygom_ “YA GAK BOLEH DOOOONG IH BENDERA MERAH NIIIIHHHH” atau akun @onyxmmargareth “GA WAJARRRR GABOLEEEEE(emoji marah)”. Bahkan ada opini panjang agar audiens lain dapat melihat dan ikut berpikir akan unggahan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh akun @uaqsha dan mendapatkan 5 likes, “kata kuncinya adalah “aku nolak”. Wajar atau gk nya sebenarnya tergantung kitanya. Klo kitanya nyaman2 aja diminta begitu, ya jatuhnya wajar. Toh kita juga nyaman. But the moment kita ud gk nyaman, keberatan apalagi sampe nolak, then harusnya sih ud gk wajar. Whether the guys is mad or happy about it is irrelevant” atau seperti yang diungkapkan oleh @krislio.cwk “Hmm km merasa nyaman dana man ga pake tanktop pas vc sama doi? Kl ga. Akan ga janggal jika km ga nolak permintaan tersebut. Dan akan ga wajar jika kamu udah utarakan perasaan ga nyaman mu terkait hal tsb ke doi dan responnya doi marah sama km. Itu menurut ku”.

Sesuai dengan pernyataan Mead (2018) mengenai refleksi dan penyesuaian dalam teori interaksionisme simbolik-nya. Refleksi dan penyesuaian artinya setiap individu dapat merefleksikan diri mereka sendiri dan penyesuaian mereka dalam interaksi sosial. Mereka dapat mengubah tindakan mereka berdasarkan umpan balik dari orang lain. Dalam hal ini, para audiens yang menanggapi konten-konten @terselimuti dianulir berdasarkan pengalaman pribadi mereka. Tidak hanya itu, beberapa konten yang disajikan oleh @terselimuti juga diambil dari riset berdasarkan pengalaman pribadi audiens yang membagikan pengalamannya kepada pengurus @terselimuti. Dari pengalaman tersebut, para audiens dapat merefleksikan apa yang sudah dialaminya dan kemudian ketika sudah memahami bahwa tindak *child-grooming* merupakan hal yang salah, para audiens bisa menyesuaikan diri untuk melakukan upaya preventif agar bisa melindungi diri mereka. Seperti dalam komentar ini, audiens akhirnya dapat menyadari bahwa tindakan yang ada dalam konten tersebut sangat tidak wajar dan bukan suatu hal yang baik bila korban sudah merasa tidak nyaman akan perilaku dari pelaku tersebut,

yang mana sebelumnya audiens dilansir sudah membaca konten-konten edukasi dari @terselimuti sehingga dapat menyadari bahwa hal tersebut tidak wajar dan tidak dibenarkan terjadi.

Akun @terselimuti juga memiliki fungsi yang sama seperti akun instagram @tabu.id, platform instagram juga berfungsi sebagai arena virtual untuk interaksi antar pengguna internet dalam bertukar simbol dalam jaringan komunikasi. Para peserta di ruang virtual ini kemungkinan akan menafsirkan simbol yang mereka temui secara berbeda. Meskipun administrator @tabu.id memainkan peran utama dalam menyediakan dan menyebarkan informasi, para pengikutnya tetap aktif dalam merespons konten audiovisual di platform tersebut, sehingga menciptakan interaksi simbolik yang baru (Sofian, Auliani, Ni'matul, 2022).

BAB V

DAMPAK AKUN @TERSELIMUTI TERHADAP PENGIKUT DAN PENGURUS

A. Dampak Akun @terselimuti Terhadap Pengikut

Setelah melalui wawancara dengan tiga narasumber, peneliti mendapatkan data berikut. Dampak yang dirasakan bagi pengikut akun Instagram @terselimuti sangat beragam. Berikut dampak-dampak yang dirasakan:

1. Pengetahuan yang lebih mendalam tentang *child-grooming*

Narasumber jadi mengetahui lebih mendalam tentang apa itu *child-grooming*. Berikut menurut salah satu narasumber audiens @terselimuti, Lubna, perihal dampak yang ia rasakan:

“...jadi lebih tahu nih apa sebenarnya tujuan dan maksud dibuatnya akun terselimuti itu. ‘oh ternyata tujuannya ini loh, pengen mengajak temen-temen lain untuk lebih *aware* dengan keadaan sekitar kita tentang *child-grooming*’. Bahwasanya ada loh orang yang seperti itu. Aku jadi lebih ngerti soal *child-grooming*” (Lubna, salah satu narasumber pengikut @terselimuti).

Seperti Lubna, tidak hanya pengertian dan makna *child-grooming*, namun ia juga jadi mengerti ciri-ciri *child-grooming* seperti apa. Dalam konsep Interaksionisme Simbolik Mead (2018), "*self*" atau diri seseorang dibentuk dan dikembangkan melalui interaksi sosial. Dalam kasus Lubna, pemahamannya tentang *child-grooming* dibentuk melalui interaksi dengan informasi yang disajikan oleh akun @terselimuti. Ini menunjukkan bahwa "*self*" Lubna tidak statis, tetapi terus berkembang seiring dengan penyerapan dan interpretasi informasi baru. Mead menekankan bahwa realitas adalah konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi simbolik. Dalam hal ini, Lubna memahami konsep *child-grooming* sebagai hasil dari interaksi dengan simbol-simbol (informasi dan konten) yang disediakan oleh akun

@terselimuti. Realitas *child-grooming* bagi Lubna merupakan hasil dari proses interpretasi informasi dan konten tersebut. Lingkungan sosial Lubna, yang dalam hal ini informasi dari akun Instagram @terselimuti, memainkan peran penting dalam membentuk "*self*" nya. Interaksi dengan lingkungan ini memungkinkan Lubna untuk menginternalisasi ide-ide dan nilai-nilai yang berkaitan dengan *child-grooming*, yang kemudian menjadi bagian dari dirinya.

Ia menjadi lebih peka tentang hal-hal seputar *child-grooming* yang terjadi di sekitarnya. Ia pun lebih sadar akan perilaku *child-grooming* yang mungkin saja terjadi. Tidak sampai situ, ia dan Ginting sepakat bahwa mereka menjadi mengerti tujuan dan maksud dari eksistensi akun @terselimuti yang ia ikuti. Peningkatan kesadaran Lubna dan Ginting akan *child-grooming* mencerminkan proses "*self*" yang berkembang tidak hanya dalam pemahaman diri sendiri tetapi juga dalam kaitannya dengan isu-isu sosial yang lebih luas. Ini sesuai dengan konsep Mead (2018) bahwa "*self*" adalah entitas sosial yang terus berkembang melalui interaksi dengan lingkungan sosialnya.

Pengetahuan atau informasi mengenai *child-grooming* juga menjadi salah satu alasan narasumber Bulan mengikuti akun @terselimuti. Ia pun merasa bahwa akun @terselimuti adalah salah satu sumber informasi tentang *child-grooming* selama hidupnya. Sehingga akun @terselimuti dipandang olehnya sangat berguna untuk diikuti. Narasumber Bulan mengikuti akun @terselimuti karena informasi tentang *child-grooming*. Ini menunjukkan bagaimana simbol-simbol (dalam hal ini, konten dari akun) dapat memengaruhi perilaku dan keputusan yaitu, memilih untuk mengikuti akun tersebut. Dari pernyataan-pernyataan ini, akun @terselimuti berhasil membentuk suatu makna kepada audiens dari simbol-simbol yang terekspressi melalui konten-konten yang diunggah. Seperti halnya yang disebutkan Siregar (2011) dalam tulisannya, pemahaman individu berasal dari interaksi simbol-simbol yang terjadi dan distimulus, sehingga terjadi pemahaman baru.

2. Mengidentifikasi perilaku *child-grooming*

Dari pengetahuan yang mendalam tersebut, narasumber dapat mengidentifikasi perilaku-perilaku *child-grooming* yang terjadi di sekitar. Salah satunya Lubna, ia dapat menilai dengan cermat apakah perilaku A bisa disebut *child-grooming* atau tidak. Ia pun dapat menilai pengalaman masa lalu temannya. Ia bisa menyadari bahwa beberapa di antara cerita atau curhatan temannya merupakan perilaku *child-grooming*. Sebelumnya ia mengira hal-hal tersebut hanya candaan belaka, namun setelah melihat informasi-informasi di Instagram @terselimuti, ia jadi lebih menyadari bahwa guru yang menggoda, memuji fisik, mendekati, dan memberikan jajan-jajan kecil temannya saat masih SMP adalah perilaku *child-grooming*. Lubna, setelah menyerap informasi dari @terselimuti, mampu mereinterpretasi pengalaman masa lalu temannya sebagai contoh perilaku *child-grooming*. Ini menunjukkan bagaimana "*mind*" atau pikiran dalam teori Mead bekerja, pengalaman masa lalu dan pengetahuan baru berinteraksi dalam pikiran, memungkinkan re-intepretasi dan pemahaman baru tentang pengalaman tersebut.

Narasumber Ginting juga dapat mengidentifikasi perilaku *child-grooming* dengan cepat. Ia menjadi lebih berhati-hati dalam berpasangan. Apalagi jika didekati oleh lelaki yang lebih tua, ia menjadi sangat waspada dan siaga akan perilaku mereka. Tidak hanya itu, ia jadi lebih waspada akan hubungan romantis dengan laki-laki yang jauh lebih tua dan dengan modus-modus yang terlihat menjurus ke tindakan *grooming*. Ginting menjadi lebih berhati-hati dalam berpasangan, terutama dengan pria yang lebih tua. Ini mencerminkan bagaimana kesadaran sosial baru dapat mempengaruhi perilaku dan interaksi sosial.

Serupa dengan kedua narasumber lainnya, Bulan mengatakan bahwa ia dapat mengidentifikasi perilakunya seperti berikut.

“Cuma lebih aware aja. Kadang-kadnag aku kan ga sadar ya, kita muji anak orang itu sebuah pujian, ternyata itu udah mau masuk *child-grooming* tuh

kita ga sadar. Jadi udah jaga-jaga aja kalau mau muji atau ngomong sesuatu ke anak orang lain” (Bulan, Narasumber pengikut akun @terselimuti).

Bulan sebagai pengikut akun menjadi lebih sadar dari sebelum melihat konten-konten dari akun @terselimuti. Ia bahkan jadi bisa mendeteksi bahwa perilakunya atau orang lain termasuk ke dalam *child-grooming* atau bukan. Ia sendiri jadi lebih menjaga diri dari perkataan, salah satunya pujian kepada anak kecil yang ia perhatikan. Pujian sendiri tergantung dalam niat pelakunya, pujian tidak akan dinilai *child-grooming* selama tidak ada niat khusus untuk melakukan perbuatan tercela seperti melecehkan atau pun melakukan kekerasan seksual lainnya. Dalam kasus ini kehati-hatian Bulan mencerminkan kewaspadaan akan perbuatannya sendiri setelah membaca konten-konten dari akun @terselimuti, yang salah satunya adalah pujian.

Dalam Interaksionisme Simbolik, tindakan individu sering kali merupakan refleksi dari makna simbolik yang mereka serap dari lingkungan mereka. Kesadaran baru Lubna, Ginting, dan Bulan tentang *child-grooming* mempengaruhi bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri dan orang lain. Dalam Interaksionisme Simbolik, "*self*" dibentuk melalui interaksi sosial dan refleksi diri. Kesadaran baru ini membantu mereka mengembangkan "*self*" yang lebih waspada dan berpengetahuan tentang risiko di sekitar mereka. Kesadaran Lubna dan Ginting tidak hanya mempengaruhi diri mereka sendiri tetapi juga potensial untuk memengaruhi "*society*". Dengan meningkatkan kesadaran tentang *child-grooming*, mereka mungkin memengaruhi orang lain dalam lingkaran sosial mereka, berkontribusi pada pembentukan norma sosial yang lebih waspada terhadap praktik *child-grooming*.

3. Menyebarkan kesadaran akan perilaku *child-grooming*

Dampak lain yang dirasakan oleh pengikut akun @terselimuti adalah menyebarkannya. Setelah mereka mengetahui makna akan *child-grooming*,

narasumber jadi lebih bisa memperingati teman-teman dekatnya perihal *child-grooming* agar lebih waspada dan menjaga adik-adik mereka dari pelaku *child-grooming*. Salah satunya yang dilakukan oleh narasumber Ginting,

“Ya setelah aku follow memang aku sempat ngasih tau ke adek aku. Karena aku punya adek perempuan, bahwasanya ada loh orang yang melakukan hal seperti ini dan disebutnya *child-grooming*. Aku sempat ngasih tunjuk juga akun dari @terselimuti” (Ginting, narasumber pengikut akun @terselimuti).

Ginting mengedukasi tentang ciri-ciri perilaku *child-grooming* secara gamblang dan jelas melalui video reels yang ada di akun Instagram @terselimuti sampai mengajak adik perempuannya untuk mengikuti akun @terselimuti di Instagram.. Tidak sampai situ saja, ia mengajak teman-temannya untuk mengikuti akun Instagram @terselimuti dan memberi sedikit edukasi yang ia dapatkan tentang *child-grooming*. Sejalan dengan potensi yang disebutkan pada poin dua tadi bahwa mereka bisa saja memengaruhi orang lain dalam lingkaran sosial mereka, berkontribusi pada pembentukan norma sosial yang lebih waspada terhadap praktik *child-grooming*.

Setelah makna *child-grooming* ter-internalisasi ke dalam diri mereka, mereka akan memengaruhi orang lain akan apa yang mereka dapat dan serap. Dalam hal ini, Ginting berhasil membantu membentuk norma sosial baru kepada lingkungan sosialnya, yaitu adiknya sendiri. Ia menunjukkan bahwa interaksi dapat menambah kesadaran *society* atau masyarakat akan bahaya perilaku *child-grooming*.

4. Mempunyai sumber informasi tentang *child-grooming*

Salah satu narasumber, Bulan, menyatakan dengan adanya akun @terselimuti, ia menjadi tahu apa itu *child-grooming*. Ia juga

mengungkapkan bahwa @terselimuti adalah satu-satunya akun yang membahas *child-grooming* seumur hidupnya, sehingga ia mengikuti akun tersebut. Menurut Bulan, akun @terselimuti merupakan sumber informasi tentang *child-grooming*.

Pengalaman narasumber Bulan dengan akun @terselimuti menawarkan wawasan tentang bagaimana interaksi simbolik melalui media sosial mempengaruhi pemahaman dan pembentukan "*self*" individu. Akun @terselimuti, yang berfokus pada isu *child-grooming*, berfungsi sebagai sumber informasi utama bagi Bulan, menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat penting dalam penyampaian dan pertukaran simbol-simbol sosial.

Pencapaian pengetahuan Bulan tentang *child-grooming* melalui akun @terselimuti menggambarkan bagaimana simbol-simbol (dalam hal ini, informasi yang disampaikan melalui konten media sosial) diinterpretasikan dan diinternalisasi oleh individu. Proses ini penting dalam teori Interaksionisme Simbolik, karena menekankan bagaimana "*mind*" atau pikiran individu terbentuk dan berkembang melalui interaksi dengan lingkungan sosial mereka. Dalam kasus ini, informasi dari @terselimuti menjadi bagian dari lingkungan sosial Bulan, mempengaruhi cara dia memahami dan menanggapi konsep *child-grooming*.

Kemudian ketergantungan Bulan pada @terselimuti sebagai sumber informasi utama tentang *child-grooming* menunjukkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi "*self*" atau diri seseorang. Media sosial, dengan kapasitasnya untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat, membentuk sumber pengetahuan dan kesadaran sosial yang berpengaruh. Bagi Bulan, akun @terselimuti tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga mungkin mempengaruhi bagaimana dia melihat dirinya sendiri dalam konteks isu *child-grooming* sebagai individu yang lebih berinformasi dan peduli.

Kesaksian Bulan tentang uniknya @terselimuti dalam menyediakan informasi tentang *child-grooming* menunjukkan bagaimana interaksi

simbolik melalui media sosial dapat membentuk persepsi dan norma sosial. Akun @terselimuti, sebagai penyedia konten spesifik tentang *child-grooming*, tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga membantu membentuk dan memperkuat norma sosial tertentu seputar kesadaran dan pencegahan *child-grooming*.

Dari ketiga narasumber di atas, ketiganya sesuai dengan basis pokok dari teori interaksionisme simblok oleh Mead (2018) yaitu masyarakat (*society*), yang mana ketiganya merupakan masyarakat yang ikut serta dan terlibat pada perilaku yang mereka pilih. Karena menurut Mead (2018), masyarakat merupakan jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat. Setiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Seperti salah satu narasumber yang bernama Ginting, ia setelah memahami dan mengerti *child-grooming*, memberi tahu serta memberi edukasi lebih kepada orang terdekatnya, salah satunya adik perempuannya tentang ciri-ciri perilaku *child-grooming* secara gamblang dan jelas melalui video reels yang ada di akun Instagram @terselimuti. Tidak sampai situ saja, ia mengajak teman-temannya untuk mengikuti akun Instagram @terselimuti dan memberi sedikit edukasi yang ia dapatkan tentang *child-grooming*. Lubna juga melakukan hal yang sama, ia lebih bisa memperingati teman-teman dekatnya perihal *child-grooming* agar lebih waspada dan menjaga adik-adik mereka dari pelaku *child-grooming*. Bulan pun melakukan hal yang sama, setelah ia mengetahui beberapa hal penting terkait *child-grooming* dari Instagram @terselimuti, ia akhirnya memiliki kesadaran mengenai bahayanya *child-grooming*. Tidak hanya itu, ia juga membagikan pengetahuannya kepada orang-orang sekitarnya. Itu artinya ketiganya merepresentasikan simbolik dari penerapan teori interaksionisme simbolik dengan berbasis pada salah satu ide dasar interaksi simbolik Herbert Mead, yakni *society*.

B. Dampak Akun @terselimuti Terhadap Pengurus

Ada beberapa dampak yang pengurus rasakan setelah membangun akun @terselimuti. Berikut dampak akun @terselimuti terhadap pengurus:

1. Jejaring baru

Setelah melakukan wawancara dengan pengurus akun @terselimuti, terdapat dampak yang mereka rasakan, yaitu jejaring baru. Berikut penuturannya.

“paling dampaknya *networking* baru kali ya. Karena kita dari latar belakang yang beda, jadi bisa diskusi-diskusi” (Cindy, Narasumber pengurus akun @terselimuti).

Pengurus @terselimuti datang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sehingga terbentuknya @terselimuti ini menjadi wadah diskusi baru bagi masing-masing pengurus, khususnya tentang *child-grooming*. Pembentukan jejaring baru di antara pengurus @terselimuti yang berasal dari berbagai latar belakang mencerminkan prinsip dasar Interaksionisme Simbolik, yaitu interaksi sosial melalui simbol-simbol, dalam hal ini, bahasa, ide, dan pengalaman. Jejaring baru ini menjadi wadah bagi pertukaran simbol-simbol ini, dimana ide-ide dan pengalaman tentang *child-grooming* dibagi dan diperdebatkan, memungkinkan pembentukan pemahaman dan perspektif baru. Dalam diskusi tentang *child-grooming*, pengurus @terselimuti terlibat dalam proses pembentukan makna secara kolektif. Setiap anggota membawa perspektif unik mereka, yang ketika berinteraksi dengan pandangan orang lain, membantu dalam membangun pemahaman bersama yang lebih komprehensif tentang isu tersebut. Ini sesuai dengan ide Mead (2018) bahwa makna dibentuk melalui proses interaksi sosial.

2. Pengalaman *Public Speaking*

Selain itu, dampak bagi pengurus juga dengan bertambahnya pengalaman *public speaking* atau berbicara di depan umum. Hal ini bisa

dilihat dengan pengurus yang mengkampanyekan narasi *child-grooming* melalui Live Instagram. Selama siaran langsung tersebut, pengalaman berbicara di depan umum ini bertambah. Apalagi pengalaman dengan total 100 audiens yang disebutkan oleh pengurus akun @terselimuti, hal ini menambah pengalaman berbicara di depan umum. Dalam konteks teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead, pengalaman *public speaking* yang diperoleh pengurus akun @terselimuti melalui Live Instagram dapat dianalisis sebagai proses dinamis yang mempengaruhi pembentukan "*self*" dan interaksi sosial. Ketika pengurus ini berpartisipasi dalam siaran langsung, mereka tidak hanya menyampaikan informasi tentang *child-grooming* tetapi juga terlibat dalam proses interaksi simbolik yang kompleks dengan audiens mereka.

Setiap sesi menjadi arena yang mana pengurus menghadapi dan menanggapi berbagai simbol seperti, kata-kata, emoji, dan umpan balik audiens, yang semuanya memainkan peran penting dalam pembentukan makna. Dalam setiap interaksi ini, terjadi pertukaran simbol-simbol yang memungkinkan pengurus mengasah kemampuan komunikasi mereka dan memperkuat pesan yang ingin mereka sampaikan. Proses ini bukan hanya tentang penyampaian informasi tetapi juga tentang memahami dan menyesuaikan dengan kebutuhan dan reaksi audiens, yang pada gilirannya membentuk dan mengasah "*self*" pengurus tersebut.

Lebih jauh lagi, pengalaman *public speaking* ini membantu pengurus mengembangkan kepercayaan diri dan keterampilan interpersonal. Setiap interaksi dengan audiens memberikan kesempatan untuk belajar. Seperti bagaimana menyampaikan pesan dengan efektif, bagaimana menangani pertanyaan atau tanggapan yang tak terduga, dan bagaimana mempertahankan ketenangan dan kejelasan di bawah tekanan. Pengalaman ini, yang bertambah dengan setiap sesi Live Instagram, secara bertahap membangun "*self*" yang lebih percaya diri dan berpengalaman dalam berbicara di depan umum.

Pada akhirnya, peran pengurus dalam *public speaking* tidak hanya sebagai penyampaian informasi tetapi juga sebagai peserta aktif dalam proses pembentukan dan perubahan norma sosial. Melalui kegiatan *public speaking* mereka, pengurus @terselimuti tidak hanya menginformasikan audiens tentang *child-grooming* tetapi juga membantu membentuk pandangan publik tentang isu ini, menunjukkan bagaimana interaksi simbolik memainkan peran penting dalam pembentukan "*society*" yang lebih sadar dan terinformasi.

3. Pengurus Dapat Meningkatkan Followers akun @terselimuti di Instagram

Berbagai cara kampanye dilakukan oleh pengurus akun @terselimuti, seperti melalui unggahan media sosial, diskusi luring, kerjasama dan program sukarelawan untuk menyebarkan kesadaran akan *child-grooming*. Melalui wawancara dengan pengurus akun @terselimuti terdapat beberapa dampak yang dirasakan oleh akun @terselimuti, seperti peningkatan *followers* dan *engagement*.

“Menjangkau lebih banyak anak muda yang mendapatkan informasi dan edukasi tentang *child-grooming*. Jadi, ada kenaikan juga di *followers* dan *engagement*” (Cindy, Narasumber pengurus akun @terselimuti).

Terdapat peningkatan pengikut akun @terselimuti setelah melakukan kampanye-kampanye tersebut. Peningkatan *engagement* atau tingkat interaksi pengguna mengakibatkan @terselimuti berhasil menjangkau lebih banyak anak muda yang mendapatkan edukasi dan informasi akan *child-grooming*. Hal ini membuktikan bahwa tujuan dari akun @terselimuti sudah tercapai, yaitu tujuan untuk mengedukasi lebih banyak masyarakat akan *child-grooming*.

Dalam kaitannya dengan Interaksionisme Simbolik, kegiatan kampanye akun @terselimuti melibatkan berbagai bentuk simbol, seperti

kata-kata (bahasa), gambar, dan video, yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan mendidik tentang *child-grooming*. Setiap elemen ini, dalam konteks Interaksionisme Simbolik, bukan hanya alat komunikasi semata, melainkan sarana untuk membentuk dan membagikan makna. Melalui unggahan media sosial, diskusi langsung, dan kerjasama, pengurus @terselimuti mengirimkan pesan yang kemudian diterima, diinterpretasikan, dan direspon oleh audiens. Respon ini, yang dapat dilihat dalam bentuk peningkatan *followers* dan *engagement*, mencerminkan bagaimana audiens menginterpretasikan dan menilai simbol-simbol tersebut. Pertukaran ini menciptakan dialog sosial yang dinamis di mana makna terus dibentuk dan dibentuk ulang.

Kedua, dalam hal peningkatan pengikut dan interaksi, kita melihat bagaimana interaksi simbolik mempengaruhi "*self*" individu. Pengikut yang terlibat dengan konten @terselimuti mungkin mengalami perubahan dalam cara mereka memahami dan merespon terhadap konsep *child-grooming*. Pengalaman ini, yang Mead sebut sebagai "*play stage*" dalam pembentukan "*self*", memungkinkan individu untuk mengasumsikan peran berbeda dan mengeksplorasi identitas baru dalam konteks sosial ini. Misalnya, seseorang yang awalnya tidak sadar tentang bahaya *child-grooming* dapat berubah menjadi pendukung aktif pencegahan *child-grooming* setelah berinteraksi dengan konten @terselimuti.

4. Bertambahnya Relasi dengan Forum Sosial

Selain bertambahnya pengikut, pengurus akun @terselimuti dapat menambah relasi dengan forum-forum sosial. Salah satu bukti dari terjalannya relasi dengan forum sosial adalah dengan terciptanya diskusi luring dengan Forum Anak Bekasi. Diskusi yang membahas tentang *child-grooming* ini terlaksana di kantor DP3A Kota Bekasi. Dalam menerapkan teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead pada aktivitas dan dampak dari akun @terselimuti, dapat diperluas analisis

untuk lebih memahami bagaimana komunikasi dan interaksi dalam kampanye mereka membentuk kesadaran sosial dan mempengaruhi individu serta masyarakat secara keseluruhan.

Dalam membangun relasi dengan forum-forum sosial seperti Forum Anak Bekasi, @terselimuti memperluas jangkauan interaksi simboliknya ke lingkungan yang lebih luas. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat pesan yang mereka sampaikan tetapi juga menciptakan ruang baru untuk pertukaran ide dan informasi. Ini menggambarkan konsep "*game stage*" dalam pembentukan "*self*", yang mana individu berinteraksi dalam sistem yang lebih kompleks dan mengikuti aturan dan norma yang telah ditetapkan oleh kelompok atau masyarakat. Dalam konteks ini, pengurus @terselimuti dan anggota Forum Anak Bekasi terlibat dalam proses sosialisasi yang lebih luas, di mana mereka berbagi, memperdebatkan, dan menerapkan ide-ide mereka tentang *child-grooming*.

Akhirnya, dampak keseluruhan dari aktivitas @terselimuti mencerminkan bagaimana interaksi simbolik dalam skala yang lebih besar mempengaruhi pembentukan "*society*" atau masyarakat. Dengan menyebarkan kesadaran tentang *child-grooming*, akun @terselimuti berkontribusi pada pembentukan norma sosial dan nilai yang lebih sadar dan proaktif terhadap isu ini. Ini menggambarkan bagaimana kelompok atau organisasi dapat memainkan peran aktif dalam membentuk masyarakat melalui proses interaksi simbolik yang berkelanjutan.

Dengan demikian, melalui lensa Interaksionisme Simbolik, aktivitas dan dampak dari @terselimuti menggambarkan proses kompleks di mana simbol-simbol komunikasi mempengaruhi individu dan masyarakat, memungkinkan pembentukan makna, identitas, dan norma sosial yang terus berubah dan beradaptasi.

5. Memberi Pertolongan Pertama Korban *Child-grooming*

Pengurus akun @terselimuti, selain melakukan berbagai kampanye juga memberikan pertolongan pertama bagi korban *child-grooming* melalui bilik TanyaTerselimuti.

“pojok curhat namanya TanyaTerselimuti, nah di TanyaTerselimuti ini semua orang bebas buat curhat, dan kita bakal bales gitu. kalau misalkan urgent, ternyata orang ini tuh traumanya udah parah banget yang kayaknya terselimuti tuh nggak bisa handle kita bakal tanya kamu butuhnya apa. Apakah kamu butuh bantuan dari yang ahlinya?” (Cindy, Narasumber pengurus akun @terselimuti).

Akun @terselimuti memiliki wadah untuk menampung curhatan korban-korban dari *child-grooming*. Pengurus inti atau yang disebut *board* dalam susunan kepengurusan yang memegang langsung cerita-cerita ini yang kemudian akan mereka respons sesuai dengan kebutuhan korban. Jika korban merasa cukup hanya dengan bercerita di bilik, *board* yang akan turun tangan menghadapinya. Namun jika korban meminta bantuan ahli seperti psikolog (karena trauma berat) atau bantuan hukum atas dasar kemauan korban, pengurus akun @terselimuti juga akan membantu korban untuk konseling pertama secara gratis di Kasandra & Associates Psychological Practice dan memberi bantuan hukum.

Sampai saat ini, pengurus akun @terselimuti memberi pertolongan pertama lebih dari 20 curhatan per-bulannya. Berikut penuturan narasumber:

“sebulan pasti ada ya 1 sampai 3 ada, tapi kalau lagi kayak gini ni Instagram kita nggak aktif, ya otomatis TanyaTerselimuti nggak aktif. Tapi kalau aktif, itu bisa satu hari tu 20 orang” (Cindy, Narasumber pengurus akun @terselimuti)

Pada masa aktifnya, pengurus akun @terselimuti dalam sehari bisa mendapat 20 curhatan sekaligus. Namun jika sedang tidak aktif menyebarkan konten, terdapat satu sampai tiga curhatan yang masuk ke bilik TanyaTerselimuti yang akan ditanggapi oleh pengurus utama atau *board*. Dalam menanggapi curhatan ini, *board* sangat menerapkan prinsip kehati-hatian dan menjaga ruang aman bagi korban. Pengurus utama akun @terselimuti tidak akan melakukan tindakan apapun tanpa konsen dari korban itu sendiri. Demi menjaga ruang aman yang dijanjikan pula, hanya *board* dari akun @terselimuti yang akan menanggapi perihal curhatan-curhatan para korban *child-grooming* yang masuk ke bilik TanyaTerselimuti.

Analisis pertolongan pertama di akun @terselimuti menggunakan teori Interaksionisme Simbolik memfokuskan pada cara pengurus menangani curhatan korban *child-grooming* melalui bilik TanyaTerselimuti. Dalam konteks ini, curhatan dan tanggapan yang terjadi di bilik tersebut dapat dianggap sebagai interaksi simbolik. Pesan yang dikirim oleh korban menggambarkan ekspresi "*self*" mereka, yang terbentuk melalui pengalaman pribadi dan trauma. Tanggapan dari pengurus, yang melibatkan kehati-hatian dan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan korban, mencerminkan proses interaksi sosial yang mendalam. Ketika pengurus menanggapi atau merujuk korban ke ahli, seperti psikolog, mereka tidak hanya menyediakan dukungan tetapi juga membantu dalam pembentukan ulang "*self*" korban dalam konteks yang lebih sehat dan aman. Proses ini juga menunjukkan bagaimana interaksi dalam ruang aman seperti bilik TanyaTerselimuti dapat memberikan kontribusi pada pemulihan dan pembangunan kembali identitas korban.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil data riset yang sudah dikumpulkan dan dijelaskan pada riset ini tentang “Gerakan Anti *Child-Grooming*: Studi Pada Akun Instagram @terselimuti”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Akun @terselimuti menggunakan 5 ekspresi dalam kampanyenya secara daring. Mulai dari desain, reels video, Instagram Story, Instagram Live, dan Instagram Highlights. Masing-masing dari ekspresi ini berhasil menyampaikan makna penting akan *child-grooming* kepada audiens akun @terselimuti di Instagram. Keberhasilan akun ini dalam menciptakan norma perilaku baru terkait *child-grooming* melalui keterlibatan pengguna dan komentar sejalan dengan pandangan Mead bahwa bahasa membentuk dan mempengaruhi norma-norma sosial. Secara keseluruhan, pendekatan akun ini efektif memanfaatkan konsep-konsep Interaksionisme Simbolik untuk meningkatkan kesadaran dan mendidik para pengikutnya tentang *child-grooming*.

2. Akun @terselimuti mempublikasikan narasi anti *child-grooming* dengan berbagai ekspresi yang digunakan karena adanya alasan yang mendukungnya. Pertama, pendiri akun @terselimuti, Cindy Indira, memiliki pengalaman pribadi sebagai korban grooming yang mendorongnya untuk mencari tahu dan mengedukasi masyarakat. Kedua, miskonsepsi tentang arti grooming dari berbagai tafsir atas kasus Zara dan Okin juga menjadi salah satu alasan akun ini terbentuk. Akun @terselimuti menggunakan berbagai ekspresi, seperti desain, video, dan pertanyaan interaktif untuk menyampaikan edukasi karena mereka mengakui bahwa edukasi dapat datang dari berbagai bentuk. Pendekatan ini memungkinkan kontennya untuk mengajak berbagai kelompok usia dalam masyarakat, sesuai dengan gaya belajar visual, auditif, dan kinestetik. Selain itu, akun ini juga berusaha untuk mendorong partisipasi aktif dari audiens, mengajak mereka untuk berinteraksi dan memberikan umpan

balik dalam kolom komentar. Tujuan akun @terselimuti melalui narasi yang diunggah adalah untuk mengenali dan meningkatkan kesadaran tentang perilaku tidak wajar yang dilakukan oleh orang dewasa terhadap anak-anak (*child-grooming*) serta sebagai ruang edukasi untuk menjawab pertanyaan terkait topik tersebut. Respons dari audiens terhadap akun ini bervariasi, dengan beberapa merasa tujuan telah tercapai melalui peningkatan pemahaman dan kesadaran, sementara yang lain menginginkan peningkatan dalam konsistensi penyampaian konten. Secara keseluruhan, akun @terselimuti menggunakan berbagai ekspresi untuk efektif mengedukasi dan meningkatkan kesadaran tentang *child-grooming*, serta mendorong partisipasi dan interaksi aktif dari audiens dalam upaya mencapai tujuan mereka.

3. Penggunaan bentuk ekspresi yang digunakan oleh akun @terselimuti di Instagram membawa dampak yang baik bagi para pengikut akun. Penggunaan berbagai bentuk ekspresi tersebut berhasil menyampaikan makna penting terkait *child-grooming* bagi pengikut-pengikut akun @terselimuti di Instagram. Terlihat jelas bahwa konten-konten dalam akun @terselimuti membantu para pengikut untuk memahami lebih dalam tentang *child-grooming* dan berbagai aspeknya. Dalam konteks interaksionisme simbolik, konten ini mencerminkan simbol-simbol, dengan beragam interpretasi dan pemahaman yang muncul dari berbagai sudut pandang. Selain itu, dampak yang dirasakan oleh pengurus akun @terselimuti adalah relasi dan wadah baru untuk berdiskusi karena masing-masing pengurus berasal dari latar belakang yang berbeda serta bertambahnya pengalaman *public speaking* yang mendorong berkembangnya diri atau “*self*” pada masing-masing individu. Tidak hanya itu, akun @terselimuti juga berhasil menjangkau anak-anak muda akan kampanyenya ditandai dengan jumlah pengikut dan interaksi pengguna yang bertambah. Adanya program kerjasama pun, membawa pengurus akun @terselimuti untuk menjalin relasi dengan forum-forum sosial lainnya. Tidak hanya itu, *board* sebagai pengurus utama akun @terselimuti juga dapat

memberi pertolongan pertama kepada korban *child-grooming* melalui bilik TanyaTerselimuti.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis dari kedua tulisan di atas, sebagai peneliti, saya memiliki beberapa saran untuk akun @terselimuti. Pertama, pertahankan variasi konten agar tetap dapat menjangkau audiens di luar pengikut akun dan mudah dipahami oleh masyarakat. Bahasa yang digunakan sudah baik untuk dapat dimengerti hampir seluruh masyarakat sehingga bahasa konten tersebut disarankan untuk dipertahankan. Kedua, lanjutkan interaksi aktif dengan pengikut melalui kolom komentar dan pesan pribadi. Merespons pertanyaan dan memberikan klarifikasi pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang *child-grooming*. Ketiga, sumber daya pengurus dapat bertambah sehingga akun @terselimuti dapat lebih konsisten dalam penyebaran isu-isu terkini serta edukasi *child-grooming* seperti yang terdapat dalam visi dan misi dari akun @terselimuti.

2. Terdapat beberapa saran dari narasumber pengikut akun Instagram @terselimuti, yaitu lebih banyaknya kolaborasi dengan sekolah, organisasi atau individu lain yang memiliki minat dan komitmen dalam mengatasi isu *child-grooming*. Kolaborasi ini dapat membantu memperluas jangkauan pesan edukatif dan membangun kemitraan yang kuat dalam misi yang sama. Selain itu, terdapat saran untuk menjaga konsistensi dalam mengunggah konten yang mana akan membantu mencapai tujuan akun @terselimuti secara lebih efektif. Menjadwalkan dan merilis konten secara lebih rutin dapat memastikan bahwa informasi mengenai *child-grooming* terus tersedia bagi pengikut dan pengguna Instagram, terlebih di Indonesia.

3. Setelah peneliti menyelesaikan tulisan ini, peneliti menyarankan audiens akun Instagram @terselimuti menyebarkan konten-konten akun tersebut di Instagram Story agar lebih banyak lagi yang mengenal akun @terselimuti serta

memberi pengetahuan baru akan modus ini kepada lebih banyak orang. Selain itu, orang tua di Indonesia juga penting sekali untuk belajar akan perilaku *child-grooming* yang berisiko menimpa anak-anak mereka. Sehingga, disarankan bagi orang tua yang sudah mengikuti akun @terselimuti menyebarkan unggahan konten-konten tersebut ke platform lain selain Instagram agar audiens lebih meluas dan yang teredukasi tidak hanya bagi netizen Instagram ataupun media sosial yang disediakan oleh pengurus akun @terselimuti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon Andretti. (2022). *Peranan Media Sosial*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Afifah, V. H. (2022). “Fenomena Child Grooming Pada Media Sosial”. Skripsi. Program Studi Sosiologi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agustini, Ika, Rofiqur Rachman, & Ruly Haryandra. (2021). “Perlindungan Hukum Terhadap Korban Kekerasan Seksual: Kajian Kebijakan Hukum Pidana Indonesia dan Hukum Pidana Islam”, *Rechtenstudent Journal* Vol. 2 No. 3, 342-355.
- Andaru, I. P. N. (2021) “Cyber Child Grooming sebagai Bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online di Era Pandemi”, *Jurnal Wanita dan Keluarga*, 2(1), 41–51. doi: 10.22146/jwk.2242.
- Andini, Maulidya Risne. (2020). *Child-grooming: Modus Baru Kekerasan Seksual Anak dan Remaja*. Retrieved from <https://www.unala.net/2020/09/14/child-grooming-modus-baru-kekerasan-seksual-anak-dan-remaja/>. Tanggal diakses: 11 Januari 2023.
- Antara Maluku. (2010). *100-an Anak Ambon akan Kampanye Antikekerasan*. <https://ambon.antaranews.com/berita/8837/100-an-anak-ambon-akan-kampanye-antikekerasan>. Tanggal diakses: 10 Januari 2023.
- Antasari, Citra & Pratiwi, Renystiyah Dwi. (2022). “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Bababkkeroyokan di Kota Palu”, *Kinesik* Vol. 9 No. 2, 176-182.
- Anwar, Fahmi. (2017). “Perubahan dan Permasalahan Sosial”, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* Vol. 1 No. 1, 137-144.
- Arifah, Risma Nur. (2021). “Upaya Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Malang dalam mencegah child grooming terhadap anak pengguna media sosial pada masa pandemi Covid-19”. Skripsi. Program Studi Hukum Keluarga Islam. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ayuningtyas, Safira; Sofian, Akhriyadi; Safitri, Ririh Megah. (2022). “Pendidikan Kespro Wanita Penderita Polycystic Ovary Syndrome Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun @pcosfighterindonesia)”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol. 9 No. 1, 30-55.
- Cartos, Panagopoulos. (2009). *Politicking Online: The Transformation of Election Campaign Communications*. Rutgers University Press: London.

- Choo, Kim Kwang Raymond. (2009). *Online child grooming: a literature review on the misuse of social networking sites for grooming children for sexual offences*. Australia: The Australian Institute of Criminology.
- Clara Sari, Astari & Hartina, Rini & Awalia, Reski & Iriyanti, Hana & Zulkifli, Nurul. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*. Retrieved from Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL. Tanggal diakses: 20 Desember 2022.
- Dhamayanti, Meilani, Windaningsih, & Daru Wibowo. (2020). "Social Marketing Communication Activities to Anticipate Children's Sexual Violence", *Social Science, Education and Humanities Research* Vol. 510, 209-213.
- Databoks. (2023). 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Terbanyak di Dunia (April 2023). Tanggal diakses: 30 November 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,Instagram%20terbanyak%20keempat%20di%20dunia>.
- Derung, Teresia Noiman. (2017). "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat", *Jurnal Kateketik dan Pastoral* Vol. 2 No. 1, 118-131.
- DetikNews. (2019). *Polisi Tangkap Pelaku Child Grooming via Aplikasi Game Online*. *Polisi Tangkap Pelaku Child Grooming via Aplikasi Game Online*. <https://news.detik.com/berita/d-4643687/polisi-tangkap-pelaku-child-grooming-via-aplikasi-game-online>. Tanggal diakses: 10 Januari 2023.
- Efrida, Sella & Diniati, Anisa. (2020). "Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun *personal branding* Miss International 2017", *Jurnal Kajian Komunikasi* Vol. 8 No. 1, 57-71.
- Estiana, R., Nurul Giswi Karomah, & Teddy Setiady. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fajar.co.id. (2021). *Muncul Lagi Video Baru Zara dan Okin Ciuman, Kali Ini dengan Posisi yang Berbeda!*. <https://www.fajar.co.id/2021/07/31/muncul-lagi-video-baru-zara-dan-okin-ciuman-kali-ini-dengan-posisi-yang-berbeda/2/>. Tanggal diakses: 30 November 2023.
- Gill, A. K. & Harrison, K. (2015) "Child Grooming and Sexual Exploitation: Are South Asian Men the UK Media's New Folk Devils?", *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 4(2), 34-49.

- Hasanah, U. (2019) “Kontribusi Pemikiran Auguste Comte (Positivisme) Terhadap Dasar Pengembangan Ilmu Dakwah”, *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 2 No. 2, h. 70-80. doi: 10.31764/jail.v2i1.1261.
- Hikmawati, Eny & Chatarina Rusmiyati. (2016). “Kajian Kekerasan Terhadap Anak”, *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial* Vol. 40 No. 1, 25-38.
- Holivia, A., & Suratman, T. (2021) “Child Cyber Grooming Sebagai Bentuk Modus Baru Cyber Space Crimes”, *Bhirawa Law Journal*, Vol. 2 No. 1, 1–13. doi: 10.26905/blj.v2i1.5847.
- Ihsani, Fela Khoirul & Rukiyah. (2021). “Pengalaman Literasi Informasi Penulis Komunitas ODOP Batch 8 dalam Proses Menciptakan Tulisan”, *ANUVA* Vol. 5 No. 1, 125-140.
- Instagram. (N.d). *View someone's live broadcast on Instagram*. Instagram. <https://help.instagram.com/699289326902954>. Tanggal akses 10 Januari 2023.
- KBBI Daring. (2023). *Gerak*. Retrieved from KBBI: <https://kbbi.web.id/gerak>. Tanggal akses 10 Januari 2023.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2019). *Buku Panduan Terminologi Perlindungan Anak dari Eksploitasi*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Kominfo & Siber Kreasi. (2018). *Media Sosial*. Jakarta: Bayumurti.net.
- Kominfo. (2019). *Cegah Kasus Grooming, Kominfo: Hago Blokir Fitur Kirim Foto dan Kontak*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/20337/cegah-kasus-grooming-kominfo-hago-blokir-fitur-kirim-foto-dan-kontak/0/sorotan_media. Tanggal diakses: 20 Mei 2023.
- Kurniasih, Nuning. (2016). “Optimalisasi Penggunaan Sosial Media untuk Perpustakaan”, *Jurnal Prosiding Makalah Seminar Nasional “Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global”*, Vol. 1 No. 1, 1-9.
- Kozinets, Robert V. (2015). *Netnography*. London: SAGE Publications STD.
- Lenaini, Ika. (2021) “Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling”, *Jurnal Historis* Vol. 6 No. 1, 33-39.
- Leonita, Emy & Nizwarni Jalinus. (2018). “Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur”, *Jurnal Inovasi Vokasional dan*

Teknologi Vol. 18 No. 2, 25-34.

- M., Laveda. (2022). *KPAI Soroti Banyaknya Kekerasan Seksual Anak Secara Onlin..* [Online]. Available: <https://www.republika.co.id/berita/r88tw9396/kpai-soroti-banyaknya-kekerasan-seksual-anak-secara-online>. Tanggal akses: 5 Maret 2022.
- Madiun, Radar. (2023). *Gadis 17 Tahun Dirayu Duit Rp 100 Ribu, Disetubuhi 10 Kali.* <https://radarmadiun.jawapos.com/kriminalitas/801224873/gadis-17-tahun-dirayu-duit-rp-100-ribu-disetubuhi-10-kali>. Tanggal akses: 20 Mei 2023.
- Mattern, Joanne. (2017). *Instagram*. Minnesota: Mighty Media, Inc.
- Mead, George Herbert. (2018). *Mind, Self, and Society: Pikiran, Diri, dan Masyarakat* (Terjemahan). Yogyakarta: Forum.
- Mulawarman, Widyatmike Gede & Alfian Rokhmansyah. (2019). *Ketahanan Keluarga: Studi Kasus di Kelurahan Masjid Kota Samarinda*. Yogyakarta: Istana Agency.
- NSPCC. (N.d.). *Grooming*. <https://www.nspcc.org.uk/what-is-child-abuse/types-of-abuse/grooming/>. Tanggal diakses: 4 Desember 2023.
- Nuryah, Ajeng Sintah & Warsono. (2023). "Child Grooming pada Media Sosial Sebagai Modus Baru Pelecehan Seksual Anak di Desa Kedungpeluk", *Jurnal Pendidikan Tambusai* Vol. 7 No. 2, 13096-13104.
- Nugroho, Aprianto Cahyo. (2022). *Pengguna Instagram Tembus 2 Miliar, Makin Dekati Facebook*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221027/620/1591995/pengguna-instagram-tembus-2-miliar-makin-dekati-facebook>. Tanggal diakses: 26 Desember 2023.
- Ost, Suzanne. (2009). *Child Pornography and Sexual Grooming Legal and Societal Responses*. New York: Cambridge University Press.
- Parenting.co.id. (N.d). *Mengenal Child Grooming, Proses Pedofil Bekerja*. <https://www.parenting.co.id/keluarga/mengenal-child-grooming-proses-pedofil-bekerja>. Tanggal akses: 20 Mei 2023.
- Parsa, Alev Fatos & Elcin Akcora AS. (2021). "Postmodern Narrative of New Media/Digitography: Reels Videos". *MANAS Sosial Araştırmalar Dergisi - MANAS Journal of Social Studies* Vol. 10 No. 4, h. 2386-2401.
- Poloma, M. M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali.

- Populix. (2022). *Yang Dicintai Gen Z di Instagram*. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://indonesia.fb.com/wp-content/uploads/sites/68/2022/12/Instagram-Indonesia-Gen-Z-Trend-Report-2022.pdf&ved=2ahUKEwj2rfuA_gMv_AhXEwzgGH_dQUDDAQFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw1AueoAIq6Elr-1e4JBW1XV. Tanggal akses: 20 Mei 2023.
- Pratama, A. N. (2018). *Hari ini dalam sejarah: aplikasi Instagram*. dirilis <https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis?page=all>. Tanggal akses: 26 Desember 2023.
- Probosiwi, Ratih & Daud Bahransyaf. (2015). “Pedofilia dan Kekerasan Seksual: Masalah dan Perlindungan Terhadap Anak”, *Sosio Informa* Vol. 1 No. 1, 29-40.
- Puspitarini, Dinda Sekar & Reni Nuraeni. (2019). “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*)”, *Jurnal Common* Vol. 3 No. 1, 71-80.
- Putri, Tinezia Alvi & Putri, Wirda Yulita. 2022. “Strategi Pemanfaatan Instagram @Mami.Sneakers Untuk Menciptakan Brand Awareness Bagi Generasi Z”, *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unisba* Vol. 2 No. 2, 63-74.
- R. Deni. (2022). *Menteri PPPA Catat 8.276 Kasus Kekerasan Seksual terhadap Perempuan dan Anak Sepanjang 2021*. Available: <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/03/24/menteri-pppa-catat-8276-kasuskekerasan-seksual-terhadap-perempuan-dan-anak-sepanjang-2021>. Tanggal akses: 24 Maret 2022.
- Ramadhan, G. (2020). “Child Grooming Melalui Aplikasi Online Sebagai Tindak Pidana”. *Skripsi*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ritzer, George. (2010). *Sociological Theory, Eight Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Salam, Rudi, Didi, P., & Noviani A.P. (2018). “Children Care Mainstreaming Sebagai Upaya Pencegahan Kekerasan Terhadap Anak di Kota Semarang”, *Jurnal Dimensia* Vol. 7 No. 1, 86-97.
- Salamor, A.M., Mahmud, A.N., Corputty, P., & Salamor, Y. (2020). “Child Grooming Sebagai Bentuk Pelecehan Seksual Anak Melalui Aplikasi Permainan Daring”, *SASI*, Vol 26 No. (4), h. 490-499. DOI: <https://doi.org/10.47268/sasi.v26i4.381>.
- Siregar, N.S.S. (2016). “Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik Perspektif”, Vol.

1 No. 2, 100-110.

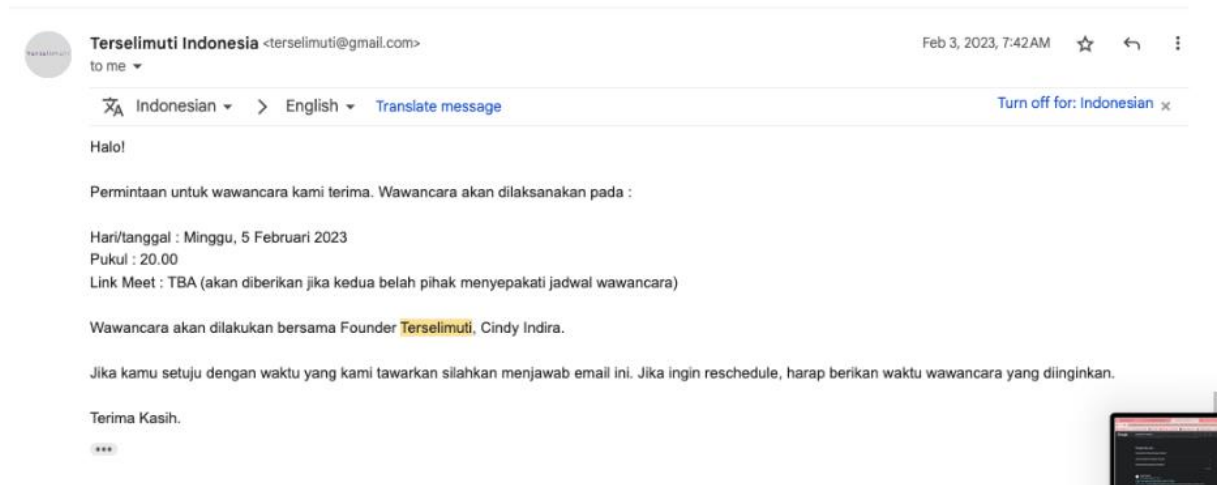
- Sofian, Akhriyadi; Auliani, Nia; & Ni'matul, Naili Illiyun. (2022). "Educating Adolescent Reproductive Health and Sexuality through the Instagram Account @tabu.id," Masyarakat, *Jurnal Sosiologi* Vol. 27 No. 2, Article 21.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, Didi. (2017). "Perlindungan Hukum Terhadap Anak Korban Kejahatan Seksual Dalam Perspektif Hukum Positif dan Islam", *Mahkamah: Jurnal Kajian Hukum Islam* 116 Vol.2, No.1, 116-131.
- Sumadi, Eko. (2016). "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi", *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4 N. 1, 173-190.
- Sumera, M. (2013). "Perbuatan Kekerasan/Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan", *Jurnal Lex et Societatis*, Vol. 1 No. (2), 39-49.
- Tania, Adelia Septiani Restanti. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Malang: Intrans Publishing Group.
- The Institute of Public Care. (2015). *Supporting Children and Young People at Risk of Sexual Exploitation*. Available: <https://www.education.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2019/06/Young-People-at-Risk-of-Sexual-Exploitation-Hampshire.pdf>. Tanggal akses: 10 Mei 2023.
- UNICEF. (2014). *Ending Violence Against Children: Six Strategies For Action*. New York: Witter Ventures & UNICEF Child Protection and partners.
- UNICEF Indonesia. (2022). *Data survei baru: hingga 56 persen insiden eksploitasi seksual dan perlakuan yang salah terhadap anak Indonesia di dunia maya tidak diungkap dan dilaporkan*. Retrieved from UNICEF Indonesia: <https://www.unicef.org/indonesia/id/press-releases/data-survei-baru-hingga-56-persen-insiden-eksploitasi-seksual-dan-perlakuan-yang>. Tanggal diakses: 10 Desember 2022.
- Untari, Dewi & Fajariana, D. E. (2018). "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)", *Widya Cipta* Vol. 2 No. 2, 271–278.
- Waluyo, M. Edy. (2014). "Revolusi Gaya Belajar untuk Fungsi Otak", *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* Vol. 8 No. 2, 209-226.

Watie, Errika Dwi Setya. (2011). “Komunikasi dan Media Sosial”, *THE MESSENGER*, Vol. 3, No. 1, 69-75.

Widiyanti, Riska; Wuryaningsih, Tri; Lestari, Soetji. (2023). “Kampanye Media Berperspektif Gender dalam Upaya Pencegahan Kekerasan Seksual pada Instagram Satgas PPKS”, *Jurnal Sosiologi Andalas* Vol. 9 No. 2, 193-210.

LAMPIRAN

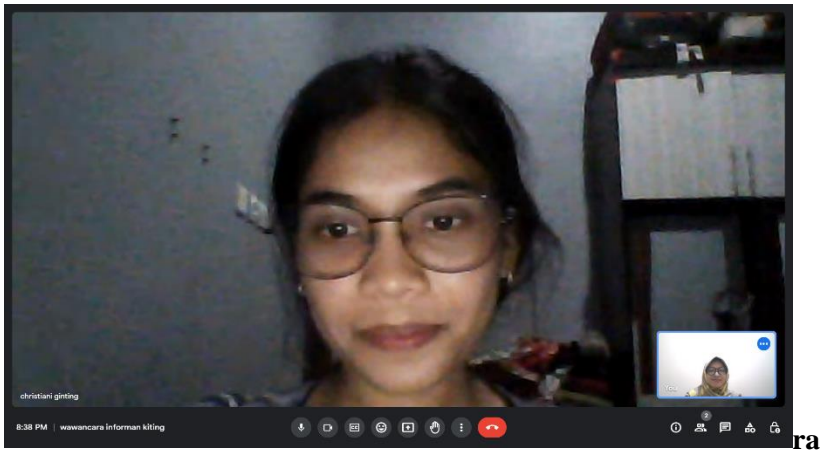
Lampiran 1. Konsen Wawancara



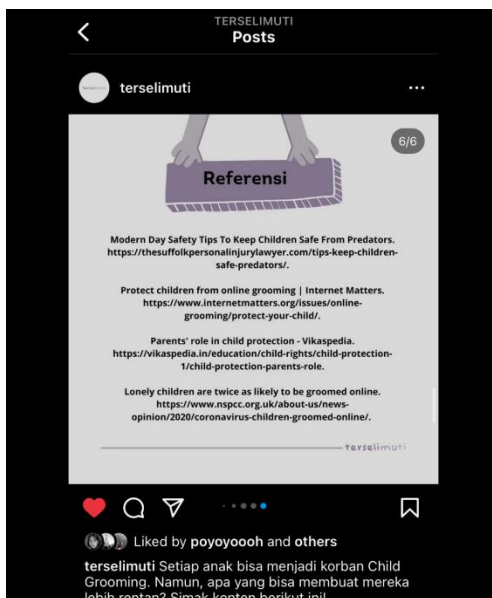
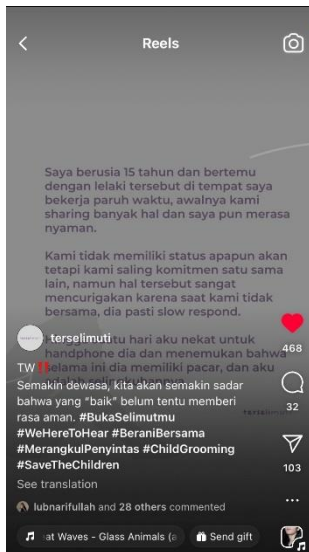
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara

Apa itu terselimuti?
Hal apa yang membuat founder tergerak untuk menciptakan suatu gerakan yang dinamakan terselimuti?
Bagaimana sampai akhirnya memutuskan membuat terselimuti ini di ranah media sosial seperti salah satunya Instagram, apa yang disepakati atau dipikirkan founders?
Apa tujuan/ misi dari gerakan terselimuti ini dibuat?
Apakah saat ini terselimuti sudah mempunyai bagan-bagan kepengurusan dalam mencapai tujuannya?
Bagaimana proses akun @terselimuti menyebar narasi anti child-grooming di Instagram? <ul style="list-style-type: none">• Bagaimana proses producing konten instagram di @ terselimuti ?• Siapa saja yang berkontribusi?• Apakah ada tim sendiri?• Bagaimana dengan pemilihan kontennya? Apakah butuh approval dari founders dulu sebelum dibuat atau anggota dibiarkan menentukan kontennya secara bebas?
Apa alasan kamu follow akun @terselimuti? Mengapa tergerak untuk ikut gerakan beranibersama? Apa dampak yang @terselimuti kasih untuk pribadi kamu? Apa dampak yang @terselimuti kasih untuk orang sekitar kamu? Setelah ikut gerakan beranibersama, apa dampak yang kamu rasakan? Menurut kamu pribadi, apa yang harus ditingkatkan dari strategi kampanye @terselimuti?

Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara



Lampiran 4. Contoh-contoh Konten



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Penulis

Nama : Zainab Hauro Aisyah
TTL : Depok, 01 Juli 2001
Alamat : Komp. IKIP blok BZ no. 2,
Jakarta Timur 13440
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Sosiologi
No. HP : 082166250006
Email : zainab.hau@gmail.com



B. Latar Belakang Pendidikan

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 010 Pondok Kelapa : 2007 – 2013 (Lulus)
2. Sun Homeschooling : 2013 – 2016 (Lulus)
3. SMAN 44 Jakarta : 2016 – 2019 (Lulus)
4. UIN Walisongo Semarang : 2019 – 2023

C. Riwayat Organisasi

1. Anggota Organisasi An-Niswa 2019-2020
2. Anggota FISIP Entrepreneurship 2019-2020
3. Kepala Bagian Entrepreneurship Organisasi KBMJ 2019-2020