

## PERSEPSI PEREMPUAN TERHADAP KONSEP “PELAKOR” DI MEDIA SOSIAL

**Preciosa Alnashava Janitra**

*Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*

*E-mail : preciosa.alnashava@unpad.ac.id*

**Retasari Dewi**

*Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*

*E-mail : retasari.dewi@unpad.ac.id*

*Diterima : 25 Maret 2018*

*Direvisi : 21 Mei 2018*

*Diterbitkan : 30 Juni 2018*

### **Abstract**

*Social media is currently not only popularly used to build meaningful relationships, but also to find and share information. The consumption of high social media also shapes its users in looking at a phenomenon, one of which is the phenomenon of perpetrators. The word Pelakor, which is an acronym for male usurper, has become an interesting phenomenon in social media especially for women. By using the concept of constructive perception and qualitative approaches, this study tries to find out how women perceive the concept of actors on social media. The results of this study show that women have a mental concept of actors in terms of physical, nature and behavior and social media has an important role in forming perceptions of that reality.*

**Keywords::** *perception, women, actors, social media.*

### **Abstrak**

Media sosial saat ini tidak hanya populer digunakan untuk membangun hubungan yang berarti, tapi juga untuk mencari dan berbagi informasi. Konsumsi media sosial yang tinggi turut membentuk penggunaannya dalam memandang sebuah fenomena, salah satunya fenomena pelakor. Kata Pelakor yang merupakan akronim dari perebut laki orang, menjadi salah satu fenomena yang menarik di media sosial khususnya untuk perempuan. Dengan menggunakan konsep persepsi konstruktif dan pendekatan kualitatif, penelitian ini mencoba mengetahui bagaimana persepsi perempuan terhadap konsep pelakor yang ada di media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki konsep mental tentang pelakor dari segi fisik, sifat maupun perilaku dan media sosial memiliki peran penting dalam pembentukan persepsi atas realitas tersebut.

**Kata kunci:** *persepsi, perempuan, pelakor, media sosial.*

### **Pendahuluan**

Beberapa waktu yang lalu media sosial sempat dihebohkan sebuah video yang menampilkan seorang perempuan sedang duduk tertunduk dan dilempari dengan uang kertas ratusan ribu rupiah. Dalam video itu juga terdengar suara seorang perempuan lain yang mengatakan sumpah serapah dan memaki perempuan di video. Video berdurasi tiga menit ini pertama kali diunggah oleh akun

media sosial facebook pribadi milik @Ovie Ovie. Meskipun video asli sudah dihapus, namun video tersebut sudah terlanjur tersebar di akun-akun media sosial yang lain, salah satunya akun Instagram gossip yang memiliki lebih dari 5,6 juta pengikut yaitu @lambe\_turah.



**Gambar 1. Video viral Ovie dan Nylla Nyalala**  
Sumber: (@lambe\_turah, 2018)

Banyak hal yang menarik dan dapat kita amati dari kasus ini salah satunya adalah pada keterangan video yang diunggah tertulis, “Perkenalkan.. inilah pelakor.. Namanya Nylla Nylala..” si pengunggah video ini menjuluki orang dalam video sebagai pelakor sambil menyebutkan nama asli dari orang tersebut. Setelah video ini diunggah, dengan cepat orang-orang yang terlibat dalam video ini kemudian segera menjadi terkenal. Berita mengenai bu Dendy tersebar tidak hanya di akun-akun gossip media sosial, tapi juga masuk di acara televisi dan di portal berita online terkenal tanah air seperti kompas.com yang memuat berita bu Dendy di halaman ekonomi, “Pak dan Bu Dendy Lapor SPT Pajak di KPP Tulungagung” (Putera, 2018), detik.com yang memuat berita bu Dendy di halaman berita, “Bu Dendy Kok Bisa Trendy” (Pranata, 2018), dan idntimes.com yang memuat berita bu Dendy di halaman berita-berita yang sedang terkenal atau viral, “10 Potret Persahabatan Bu Dendy dan Mbak Nylla sebelum Videonya Viral” (Triadanti, 2018).

Diketahui bahwa pembuat dan penyebar video ini adalah Ovie istri dari Dendy, dan perempuan dalam video tersebut adalah Nylla Nylala yang dituduh menjadi orang ketiga dalam rumah tangganya bersama pak Dendy atau disebut Ovie dengan istilah “pelakor” singkatan dari kalimat “perebut (le)laki orang.”

Video ini menjadi terkenal karena banyak warganet yang ikut menyebarkan ulang di akun facebook, Instagram, dan youtube

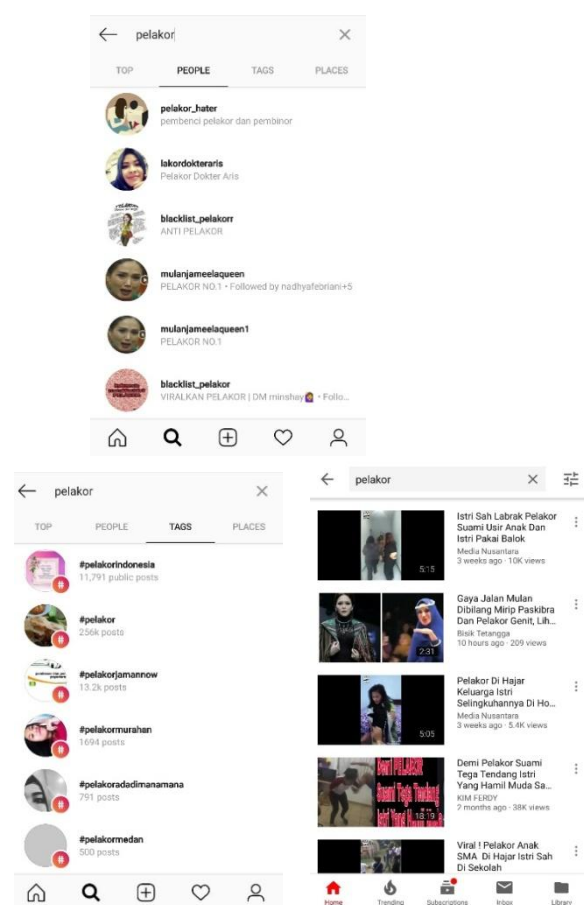
masing-masing, dengan ditambahkan komentar maupun tanggapan pro dan kontra. Kami juga mendapati banyak kata-kata kasar dalam komentar warganet pada video tersebut. Kejadian ini menjadi fenomenal karena banyak juga warganet hingga selebritas seperti Maia Estianti (musisi) dan Aming (aktor) yang membuat parodi dari kejadian ikonik saat Ibu Dendy melempari Ibu Nylala dengan uang kertas (Shaidra, 2018).

Kejadian lain yang juga viral di masyarakat adalah video saat Shafa Haris (15 th) mendorong dan memaki seorang pesohor bernama Jennifer Dunn (28 th) yang terjadi sekitar bulan Noveber 2017. Motif dari kejadian ini adalah Shafa yang marah karena Jennifer diduga sebagai orang ketiga dalam rumah tangga ayah dan ibunya (Faisal Harris dan Sarita Abdul Malik).

Ada kesamaan dalam video Ovie dan Shafa Harris, 1) video ini diunggah oleh mereka sendiri; 2) video ini menampilkan adegan kekerasan antara perempuan dengan perempuan yang terduga perusak rumah tangga; 3) dalam kedua video viral ini tidak ada tokoh laki-laki yang terduga berselingkuh; 4) video ini saat diunggah di internet mengundang komentar-komentar kasar dari warganet yang juga adalah perempuan. Bahkan ada beberapa komentar yang mengatakan bahwa apa yang dilakukan Ovie atau Shafa Harris itu kurang kejam. Dalam beberapa tulisan, gambar dan video lain di media sosial yang bertema pelakor, sering hanya menampilkan kekerasan antar perempuan, seolah keberadaan laki-laki yang juga menjadi tokoh dalam cerita, hilang atau seolah tidak dibutuhkan dan kejadian ini murni kesalahan dari si perempuan terduga perusak rumah tangga.

Setelah kejadian Jeniffer Dunn dan ibu Dendy (Ovie) yang fenomenal, istilah “pelakor” menjadi semakin akrab dikenal oleh warganet. Saat ini melalui mesin pencari di

internet dengan mengetik kata kunci “pelakor” warganet dapat menemukan banyak foto, video dan potongan percakapan yang berisi konten yang tidak jauh berbeda. Di media sosial berbasis gambar Instagram terdapat 93 tagar yang menggunakan kata pelakor dan 42 akun menggunakan kata pelakor sebagai nama akunnya. Pada tagar pelakor bahkan ada yang dilengkapi dengan nama kota atau daerah seperti #pelakorwali, #pelakorbojonegoro, #pelakorjogja, #pelakormakasar, #pelakorpadang, dan kota-kota lainnya. Namun posting paling banyak menggunakan #pelakorindonesia, #pelakorjamannow, dan #pelakormurahan.



**Gambar 2. Hasil pencarian kata pelakor di Instagram dan youtube**

Di akun sosial media berbasis video, Youtube, kata pelakor terdapat di lebih dari 200 judul video. Peneliti bahkan menemukan beberapa video yang cenderung menampilkan

perlakuan yang lebih kasar, seperti yang pernah ditayangkan oleh stasiun televisi berita nasional iNews TV (Official iNews, 2018). Informasi seperti ini pada umumnya disebarkan oleh pelaku atau orang terdekat pelaku dengan kalimat yang provokatif bernada kebencian disertai tagar “pelakor” kemudian segera disebarkan oleh akun-akun media sosial yang lain.

Hal ini sesuai dengan apa yang pernah disampaikan oleh Alan B. Albarran (2013) bahwa media sosial melibatkan penyebaran informasi multimedia (tulisan, gambar, audio, video), dapat juga penanda lokasi berbasis sistem (foursquares), permainan interaktif berbasis internet, dll. Sedangkan media sosial menurut Albaran (Albarran, 2013) merupakan representasi teknologi atau aplikasi yang digunakan masyarakat untuk meningkatkan dan memelihara hubungan sosial mereka.

Perkembangan teknologi komunikasi khususnya media sosial dewasa ini tidak hanya digunakan untuk memelihara hubungan sosial, media ini dianggap unggul dalam kecepatan mendistribusikan pesan dan dianggap lebih kredible sebagai media informasi pengasuhan (Afrilia, 2017). Bahkan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau, media social digunakan sebagai salah satu media pembelajaran agama Islam yang menghasilkan perubahan sikap dan meningkatkan kualitas pembelajaran (Sari, 2017). Dari penelitian-penelitian ini diketahui bahwa media sosial dapat juga digunakan sebagai sumber informasi bagi penggunanya. Hal ini dimungkinkan karena manusia memiliki kecenderungan untuk memaknai hasil pengamatannya, proses pemaknaan ini disebut Yusuf sebagai persepsi (Sobur, 2003).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan persepsi konstruktivis yang dikemukakan oleh Eysenck dan Keane (1995). Persepsi konstruktivis berasumsi bahwa persepsi adalah proses aktif

dan konstruktif dan bukan sekedar pendataan sensasi secara langsung. Di samping itu, persepsi terjadi secara tidak langsung sebagai produk akhir dari interaksi antara input stimulus dan hipotesis internal, harapan dan pengetahuan dari si pengamat. Faktor-faktor mental dan emosional juga dapat berperan dalam proses perseptual ini. Karena kuatnya factor individual dalam proses ini, bukan tidak mungkin ada kesalahan di dalamnya yang membuat persepsi seseorang menjadi tidak akurat (Rookes & Willson, 2000)

Penelitian dengan menggunakan persepsi konstruktivis pernah digunakan oleh Limilia dan Ariadne (Limilia & Ariadne, 2018). pada penelitian ini diketahui bahwa pemilih pemula memiliki pengetahuan yang rendah terhadap partai politik dan persepsi mereka pun negatif pada partai politik. Hal ini sejalan dengan apa yang menjadi asumsi dari teori persepsi konstruktivis.

Kehadiran media sosial sebagai media alternatif untuk membangun hubungan dan penyebaran informasi, sedikit banyak berpengaruh pada pengetahuan individu tentang sebuah realitas. Apalagi jika individu tersebut adalah pengguna aktif dari media sosial. Berdasarkan laporan yang dilansir oleh wearesocial.com (Kemp, 2018) Indonesia menempati rangking ke-3 sebagai negara yang menghabiskan waktu paling banyak untuk bermedia sosial yaitu 3 jam 23 menit, rangking pertama ditempati oleh Philipina dan Brazil di rangking kedua. Dari laporan yang sama diketahui bahwa 49% atau sekitar 130 juta orang penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Platform media social yang paling banyak digunakan yaitu youtube (43%), facebook (41%), whatsapp (40%), instagram (38%), dan line (33%) (Kemp, 2018). Data-data ini menunjukkan kecenderungan yang besar bagi penduduk Indonesia terpapar konten foto, video dan tulisan dari media sosial yang sedang trend di media sosial.

Dalam beberapa penelitian diketahui bahwa media sosial telah berhasil membentuk persepsi penggunanya terhadap sebuah informasi. Salah satu penelitian di Yogyakarta menunjukkan hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan pembentukan persepsi remaja terhadap kesehatan reproduksi (Ramadhan & Giyarsih, 2017).

Beberapa penelitian lain yang menjadi referensi kami dalam meneliti konsep persepsi dengan pendekatan kualitatif adalah penelitian dari Trenton A. Grundmeyer yang meneliti bagaimana persepsi mahasiswa tahun pertama terkait teknologi dan kesiapan masuk kuliah. Melalui sejumlah wawancara dengan informan, maka disimpulkan bahwa para mahasiswa percaya mereka lebih siap kuliah setelah dibiasakan menggunakan laptop di sekolah menengahnya, kelas computer online di sekolah juga menambah kesiapan mereka untuk menjadi mahasiswa (Grundmeyer, 2012). Penelitian lain yang meneliti persepsi dengan pendekatan kualitatif adalah milik Heidi Wandebosch dan Katrien Van Cleemput yang meneliti persepsi remaja mengenai perundungan di dunia maya (Vandebosch & Cleemput, 2008). Pada penelitian ini data diperoleh dengan melakukan Focus Group Discussin (FGD), hasilnya bahwa pada informan sudah cukup familiar dengan konsep perundungan didunia maya. Namun ketika mereka ditanya apa itu perundungan didunia maya, jawaban mereka merujuk pada apa yang mereka ketahui dari media atau menjabarkan pengalaman pribadi terkait contoh-contoh dari perundungan. Mereka tidak terlalu memahami bahwa ada kriteria tertentu yang menentukan sebuah kejadian dikatakan diperundungan atau sekedar mengejek atau berdebat didunia maya.

Kembali ke pembahasan mengenai fenomena pelakor di media sosial, sebelum adanya istilah pelakor, masyarakat Indonesia sebetulnya mengenal istilah wanita idaman lain

(WIL). Meskipun merujuk pada konsep yang sama, istilah WIL dianggap lebih halus dan netral karena berbeda dengan pelakor, dimana perempuan sebagai perebut atau orang yang mengambil secara paksa barang milik orang lain. Dalam istilah WIL, perempuan menjadi idaman lain dari si lelaki, yang berarti kesalahan ada di posisi laki-laki yang mendambakan perempuan yang bukan miliknya. Namun meski pelakor mengandung konotasi negatif yang mendiskreditkan perempuan, istilah ini terlanjur populer di masyarakat.

Dampak lain dari fenomena ini adalah kepopuleran kata pelakor itu sendiri. Meski konotasinya negatif, kata pelakor telah masuk ke dalam berbagai bentuk budaya populer. Kata tersebut telah dibuat menjadi judul sebuah lagu dangdut yang videonya dirilis di Youtube pada tahun 2017 oleh Du Amor. Kata pelakor juga dimanfaatkan sebagai brand cemilan pedas, sebagai kependekan dari “Penikmat Lada Kesukaan Orang” dengan semboyan yang unik “pedasnya seperti di labrak istri sah.” Hal ini menunjukkan kekerasan atau adegan labrak identik dengan kata pelakor. Beberapa konten di media sosial juga ada yang menggunakan kata pelakor hanya sebagai humor atau untuk menarik perhatian atau kunjungan dari pengguna sosial media lain pada akun tersebut.



**Gambar 4. Snack Pelakor**  
Sumber: Akun Instagram @nyararemil

Berdasarkan penjelasan latarbelakang, teori, dan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian untuk memahami bagaimana persepsi perempuan terhadap konsep pelakor di media sosial.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis bagaimana persepsi perempuan terhadap istilah *pelakor* yang diwacanakan di media sosial. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini adalah wawancara. Peneliti melakukan wawancara terhadap delapan orang narasumber dengan kriteria: 1) perempuan yang telah menikah 2) berusia 30 – 33 tahun 3) para narasumber yang dipilih adalah perempuan yang telah berkeluarga serta 4) memiliki akun media sosial.

Selain wawancara, peneliti juga mengumpulkan data sekunder mengenai fenomena pelakor melalui penelusuran hashtag dan posting foto maupun video di media sosial seperti Instagram dan Facebook serta pemberitaan di portal berita online. Peneliti juga melakukan studi literatur terhadap buku dan jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian ini, terutama terkait persepsi, media sosial dan perempuan. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, peneliti melakukan reduksi terhadap data yang tidak berkaitan dengan penelitian. Setelah itu, data yang relevan dideskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menganalisis tema-tema yang muncul berdasarkan hasil analisis data terkait persepsi atas konsep *pelakor* yang juga membentuk identitas perempuan di media sosial

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Media Sosial sebagai Sumber Informasi Mengenai *Pelakor*

Peneliti mencoba mencari Hampir semua narasumber mengatakan bahwa mereka mengetahui istilah *pelakor* pertama kali lewat media sosial. Hal ini menunjukkan perkembangan wacana *pelakor* memang dapat diidentifikasi melalui media sosial. Berkembangnya isu *pelakor* terutama dapat diamati melalui posting dan hashtag di Instagram. Dari delapan narasumber yang diwawancarai, seluruhnya mengatakan bahwa mereka kemudian mendapatkan informasi tentang *pelakor* dari media sosial yang mereka akses. Secara spesifik, H menyebutkan bahwa dirinya pertama kali terpapar informasi mengenai *pelakor* karena akun Instagram Lambe Turah (@lambe\_turah) yang memang dikenal sebagai akun yang banyak memiliki konten gossip, terutama terkait selebriti. Begitu pula dengan AY yang mengatakan bahwa ia memang pertama kali mengetahui konsep *pelakor* dari kasus seorang artis yang dilabeli sebagai *pelakor* karena berhubungan dengan laki-laki yang telah berkeluarga.

AY yang menyebutkan bahwa dirinya sudah jarang menonton televisi sehingga media sosial menjadi sumber utama dalam mendapatkan informasi tentang *pelakor*. Dalam hal ini dapat diamati bahwa terdapat kesamaan antara media sosial dan media massa konvensional, yakni dari segi konten. Pada kedua media tersebut, gosip merupakan konten yang mendominasi jika dikaitkan dengan fenomena *pelakor*.

**Definisi dan Ciri-ciri**

Semua narasumber yang diwawancarai mengetahui istilah *pelakor*. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan para narasumber menyebutkan kepanjangan dari akronim *pelakor* sebagai “perebut (le)laki orang”. Selain menyebutkan arti kata *pelakor* secara harfiah, para narasumber pun memberikan makna pada istilah *pelakor*. Menurut mereka *pelakor* adalah orang yang telah merusak rumah tangga pasangan yang telah menikah dengan sengaja. Seperti yang dikemukakan S. Ia mendefinisikan *pelakor* sebagai, “Sejenis perempuan yang mau ngerebut laki orang laki orang dengan menghalalkan segala cara , kebanyakan sih bukan karena cinta tapi karena duit”. Dari kutipan wawancara dapat diamati bahwa S menganggap seorang perempuan mengganggu hubungan pernikahan orang lain karena motif ekonomi. Sementara itu, R juga menganggap bahwa perempuan yang menjadi *pelakor* melakukan tindakannya secara sadar meski tidak secara spesifik menyebutkan motif apa yang mendasari tindakan tersebut.

**Tabel 1.1 Sumber Informasi Istilah *Pelakor***

| No | Inisial Narasumber | Pertama kali mendengar istilah <i>pelakor</i> | Sumber Informasi tentang <i>pelakor</i>                                   |
|----|--------------------|---|---|
| 1  | AY                 | Media sosial (Instagram)                      | Berbagai media  |
| 2  | H                  | Instagram                                     | Berbagai media ( media sosial, <i>Infotainment</i> , obrolan sehari-hari) |
| 3  | R                  | Media sosial (Instagram)                      | Berbagai media (Instagram, <i>infotainment</i> , Facebook)                |
| 4  | AN                 | Instagram                                     | Media sosial (terutama Instagram)   |
| 5  | SI                 | Instagram                                     | Berbagai media (Instagram dan televisi)                                   |
| 6  | T                  | Instagram                                     | Media sosial  |
| 7  | N                  | Media sosial                                  | Media sosial dan televisi   |
| 8  | L                  | Instagram atau Facebook                       | Facebook, Instagram, sinetron   |

**Sumber: Data Peneliti**

Dari tabel di atas dapat diamati bahwa media sosial pun masih menjadi media utama untuk mendapatkan informasi selanjutnya tentang konsep *pelakor*. Di samping media sosial, informasi mengenai *pelakor* juga diperoleh melalui media massa seperti televisi, khususnya sinetron dan *infotainment*. Hanya

Jika para narasumber lain langsung mengaitkan konsep *pelakor* dengan jenis kelamin tertentu (perempuan), hal yang berbeda justru dikemukakan oleh narasumber T, ia tidak hanya mengidentifikasikan *pelakor* sebagai perempuan. Bagi T, perusak hubungan rumah tangga tidak hanya label yang melekat pada perempuan, tapi bisa juga laki-laki atau

yang lebih dikenal dengan istilah populer *perebut bini orang (pebinor)*.

Terkait ciri-ciri, para narasumber mengaitkan pelakor dengan karakteristik penampilan atau fisik serta sifat dan perilaku. Beberapa dari mereka memandang pelakor sebagai perempuan muda, cantik, seksi, mengenakan barang-barang bermerk. Sementara dari segi sifat, pelakor dianggap sebagai sosok yang dapat membuat lelaki merasa nyaman, genit atau suka menggoda, serta sangat percaya diri. Berbeda dengan narasumber lainnya yang mengidentifikasi ciri fisik tertentu, AY dan AN menganggap bahwa perempuan yang dilabeli pelakor tidak memiliki ciri fisik tertentu. Hal ini dapat diamati melalui kutipan wawancara dengan AY berikut ini,

*“Secara fisik sih nggak tentu ihh, karena ada yang dandanannya biasa atau sopan pun ternyata pelakor, even berjilbab dan sebaliknya yang dandanannya seksi dan lain-lain ternyata anak secara personal anak baik. Kalau aku pribadi biasanya akan kelihatan kalau udah bangout bareng beberapa kali dari obrolan, gesture, cara ngomong. Tapi kalau kata mamah sih dari pertama kita itu bisa lihat matanya kalau dia lagi liat lelaki. I don't know.”* (AY, 2018)

Senada dengan AY, R juga menganggap bahwa perempuan yang dikategorikan sebagai pelakor tidak memiliki ciri-ciri khusus baik dari segi penampilan maupun sifat. Menurutnya, perempuan yang memiliki sifat pendiam pun bisa saja menjadi perusak rumah tangga atau orang ketiga dalam sebuah hubungan.

### **Penggambaran Pelakor dan “Hukuman” terhadap Pelakor di Media Sosial**

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, para narasumber mendapatkan informasi pertama kali mengenai pelakor melalui media

sosial, khususnya Instagram. Media tersebut memuat isu-isu perselingkuhan yang melibatkan perempuan sebagai orang ketiga dalam hubungan pernikahan. Dalam beberapa foto dan video dapat diamati bahwa terdapat beberapa bentuk kekerasan verbal dan fisik yang dilakukan oleh istri sah atau anak terhadap para perempuan yang dituding telah merusak pernikahan.

Pendapat yang berbeda ditunjukkan oleh para narasumber ketika menanggapi posting di berbagai media sosial terkait kekerasan verbal dan fisik terhadap perempuan yang menjadi *pelakor*. Beberapa menganggap bahwa kekerasan tersebut wajar dilakukan sebagai ganjaran perbuatan *pelakor*. Meskipun demikian, beberapa narasumber juga menganggap bahwa unggahan foto dan video tersebut adalah hal yang berlebihan dan kekerasan seharusnya tidak dilakukan.

### **Posisi Perempuan dan Laki-laki dalam Perselingkuhan**

Istilah pelakor terkait erat dengan praktik perselingkuhan karena itu untuk memahami bagaimana pengetahuan dan persepsi para perempuan terhadap konsep *pelakor*, peneliti juga menanyakan tentang posisi perempuan dan laki-laki dalam perselingkuhan. Para perempuan yang menjadi narasumber menganggap bahwa perselingkuhan adalah hal yang negatif. Anggapan ini dapat dilihat dari pernyataan narasumber T berikut,

*“Kalau saya pribadi sih benci banget sama semua yang berbau perselingkuhan. Mau si pelakunya atau si selingkuhannya tapi juga nggak menutup kemungkinan kalau si pasangan resmi juga punya andil kesalahan, makanya si pasangannya bisa berselingkuh”* (T, 2018)

Meskipun begitu, Hasil wawancara menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki

dipersepsikan secara berbeda terkait beberapa hal, terutama tentang penyebab perselingkuhan. Menurut mereka, perselingkuhan juga disebabkan oleh ketidaksukaan atau ketidakpuasan terhadap pasangan masing-masing. AY mengungkapkan bahwa istri dapat menjadi penyebab suami berselingkuh,

*Kenapa bisa selingkuh itu sebenarnya liat dulu kenapa. Kalau misalnya suami selingkuh karena istrinya nyebelin (bisa macam-macam: terlalu banyak nuntut, cerewet, bau, males overprotective, terlalu cuek, ngomel mulu, tukang bobong dan lain-lain yang berulang-ulang padahal udah dikasih tau suaminya dia nggak suka) yaaa siap-siap aja...” (AY, 2018)*

Selain dikaitkan dengan isu perselingkuhan yang marak ditampilkan di media, persepsi mengenai konsep perselingkuhan ini juga didapatkan dari pengalaman pribadi dari orang-orang di sekitar narasumber. Narasumber yang memiliki pengalaman lebih dekat dengan perselingkuhan memiliki persepsi negatif dan tidak menoleransi tindakan tersebut.

### **Persepsi Perempuan terhadap *Pelakor*: Stereotipe Negatif terhadap Perempuan di Era Digital**

*Pelakor* adalah istilah yang merujuk pada seorang perempuan yang berselingkuh dengan seorang pria yang telah beristri. Istilah ini marak muncul di media sosial dan media massa konvensional terutama pada konten yang terkait dengan gosip. Informasi yang diperoleh narasumber pun berperan dalam membentuk persepsi mereka mengenai definisi dan ciri-ciri *pelakor*. Persepsi perempuan yang menjadi narasumber terhadap konsep *pelakor* pun ditunjukkan melalui tanggapan atas gambaran kekerasan terhadap para *pelakor* yang ditampilkan oleh media sosial.

Persepsi negatif terhadap *pelakor* berkaitan erat representasi atas stereotype negatif perempuan yang selama ini dibentuk oleh media. Perempuan di media sosial melalui sosok *pelako* digambarkan sebagai sosok yang genit, gemar menggoda pria, materialistis, dan tidak berperasaan. Di sisi lain, istri sah dari pria yang berselingkuh pun dipersepsikan sebagai sosok yang pendendam dan berlebihan karena mengekspos kekerasan verbal dan fisik yang ia lakukan terhadap perempuan lainnya.

### **Kesimpulan**

Media digital memegang peranan penting dalam mengkonstruksi realitas dan membentuk persepsi. Begitu pula dalam konteks penelitian ini, media sosial menjadi faktor eksternal utama yang membentuk persepsi tentang konsep *pelakor* yang dikaitkan dengan identitas perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan menikah memiliki persepsi negatif terhadap konsep *pelakor*. Tentu hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat konsep tersebut dikaitkan dengan perselingkuhan, tindakan yang bertentangan dengan nilai-nilai dan norma dalam pernikahan.

Meskipun media sosial bukan satu-satunya sumber informasi mengenai konsep *pelakor*, tetapi media tersebut membantu memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempopulerkan konsep ini sehingga membentuk identitas perempuan. Gambaran tersebut di antaranya terlihat dalam video dan foto yang menampilkan kekerasan verbal terhadap perempuan yang menjadi *pelakor*. Terkait hal tersebut, narasumber menganggap bahwa itu merupakan hal yang wajar sebagai akibat dari perbuatan perempuan yang mengganggu rumah tangga. Namun, di sisi lain mereka juga menganggap bahwa seharusnya hukuman tersebut tidak terlalu diekspos di media sosial.



Berdasarkan hasil penelitian, dapat diamati bahwa media sosial memegang peranan penting dalam pembentukan persepsi atas realitas. Namun dibutuhkan penelitian selanjutnya yang dapat mengkaji bagaimana media membentuk persepsi perempuan tentang identitas perempuan *pelakor* serta pengaruh persepsi tersebut terhadap sikap perempuan.

#### Daftar Pustaka

- @lambe\_turah. (2018, Februari 20). Retrieved from Instagram: [https://www.instagram.com/p/BfZQOLHhIaW/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=5ndqxaco0cxo](https://www.instagram.com/p/BfZQOLHhIaW/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=5ndqxaco0cxo)
- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 31-42.
- Albarran, A. B. (2013). *The Social Media Industries*. New York: Routledge.
- Grundmeyer, T. A. (2012). A Qualitative Study of the Perceptions of First Year College Students Regarding Technology and College Readiness. Ames, Iowa: Iowa State University.
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018*. We are Social and Hootsuite. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Limilia, P., & Ariadne, E. (2018). Pengetahuan dan Persepsi Politik pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 16(01), 41-55.
- Official iNews. (2018, Mei 23). Retrieved from Youtube: <https://youtu.be/FyqqZ36hqRc>
- Pranata, X. Q. (2018, Februari 23). *derikNews*. Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/kolom/3882125/bu-dendy-kok-bisa-trendy>
- Putera, A. D. (2018, Maret 16). *Ekonomi*. Retrieved from Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/16/054329926/pak-dan-bu-dendy-lapor-spt-pajak-di-kpp-tulungagung>
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Ramadhan, H. W., & Giyarsih, S. R. (2017). Hubungan Media Sosial dengan Persepsi Remaja tentang Kesehatan Reproduksi Menurut Wilayah Perkotaan dan Perdesaan di Yogyakarta. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(3), 1-13.
- Rookes, P., & Willson, J. (2000). *Perception: Theory, Development and Organisation*. Philadelphia : Taylor & Fancis Inc. .
- Sari, M. P. (2017, Oktober ). Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2).
- Shaidra, A. (2018, februari 23). *seleb*. Retrieved from tempo.co: <https://seleb.tempo.co/read/1063772/maia-estianty-dan-aming-buat-parodi-bu-dendy/full&view=ok>
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Triadanti. (2018, Februari 21). *Hype: Viral*. Retrieved from idntimes.com: <https://www.idntimes.com/hype/viral/danti/10-potret-persahabatan-bu-dendy-mbak-nylla-sebelum-videonya-viral-1/full>
- Vandebosch, H., & Cleemput, K. V. (2008). Defining Cyberbullying: A Qualitative Research into the perceptions of Youngsters. *CyberPsychology & Behaviour*, 11(4), 499-503.