

ANALISIS KONTEN VISUAL: STIGMA OBESITAS DALAM PORTAL BERITA ONLINE LOKAL INDONESIA

Najma¹⁾, S. Kunto Adi Wibowo²⁾, Ikhsan Fuady³⁾

^{1,2,3)}Universitas Padjadjaran

Alamat Email : najma20003@mail.unpad.ac.id

Tanggal diterima: 10 Juni 2022, Tanggal direvisi: 25 Agustus 2022 , Tanggal disetujui: 13 September 2022

ABSTRACT

Negative stigmatization of obese people is often found in everyday life. This is reinforced by the role of the media, especially news, which internalizes and builds public perception. This study was conducted to determine how obese people are depicted in the visual content of 5 local online news portals in Indonesia, how to compare the depiction of obese and non-obese people, and to examine whether there is still an element of obesity stigmatization in the visual content of local online news in Indonesia. The study was conducted by collecting photo samples from 5 local online news portals in Indonesia for 6 months, starting from October 2021 to March 2022 that met the criteria (n = 180) and determining the number of samples using the laman "Survey Monkey" (n = 123). Furthermore, the photos will be encoded by the coders which are then analyzed using descriptive and inferential tests with non-parametric statistical calculations chi-square Independence Test using Statistical Product and Service Solutions (SPSS) software. The results show that 37.5% of Indonesian local online news visual content is still stigmatized. Obese people were 53.65% more likely to be described as male and 94.4% more likely to be described as young. When compared with non-obese depictions, obese people tended to be disproportionately more likely to be depicted (80%), undressed or bare stomach (79%), and sedentary behaviors (65%), such as watching TV, sleeping, eating, and others activities with minimal mobilization.

Keywords: Obesity Stigma, Online News Portal, Visual Content.

© 2020 MetaCommunication; Journal Of Communication Studies

How to cite: Najma, Wibowo. S. A. W., Fuady, I. (2022). Analisis Konten Visual: Stigma Obesitas Dalam Portal Berita Online Lokal Indonesia. MetaCommunication; Journal Of Communication Studies, 7(2), 173-186.

ABSTRAK

Stigmatisasi negatif terhadap orang obesitas kerap kali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini diperkuat oleh peran media, khususnya berita, yang menginternalisasi dan membangun persepsi publik. Studi ini dilakukan untuk menentukan bagaimana orang obesitas digambarkan dalam konten visual 5 portal berita online lokal di Indonesia, bagaimana komparasi penggambaran orang obesitas dengan non obesitas, dan memeriksa apakah masih terdapat unsur stigmatisasi obesitas pada konten visual berita online lokal di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sampel foto dari 5 portal berita online lokal di Indonesia selama 6 bulan, terhitung sejak Oktober 2021 hingga Maret 2022 yang memenuhi kriteria (n=180) dan penentuan jumlah sampel menggunakan laman "survey monkey" (n=123). Selanjutnya foto-foto tersebut akan dikodekan oleh para koder yang kemudian dianalisis menggunakan uji deskriptif dan uji inferensial dengan perhitungan statistik non parametrik *chi-square Independency Test* menggunakan perangkat lunak Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Hasil menunjukkan bahwa konten visual berita online lokal Indonesia 37.5% masih terstigmatisasi. Orang obesitas 53,65% lebih mungkin digambarkan sebagai laki-laki dan 94,4% lebih mungkin digambarkan sebagai pemuda. Jika dikomparasikan dengan penggambaran non obesitas, orang obesitas cenderung lebih mungkin digambarkan secara tidak proporsional (80%), tidak berpakaian atau bagian perut telanjang (79%), serta perilaku menetap (65%), seperti menonton tv, tidur, makan, dan aktivitas minim mobilisasi lainnya.

Kata Kunci: Stigma Obesitas, Portal Berita Online, Konten Visual.

PENDAHULUAN

Mengacu pada KBBI, obesitas merupakan penumpukan lemak yang berlebih di dalam tubuh. Menurut buku *Definitions, Classification, and Epidemiology of Obesity* (Purnell, 2018), obesitas digolongkan kedalam penyakit kronis atau tidak menular terkait dengan penambahan berat badan secara tidak wajar (melebihi batas normal) dan tidak diinginkan. Orang dengan obesitas memiliki tubuh yang lebih besar dibandingkan dengan orang tidak obesitas. Perbedaan ini membuat masih banyak sekali stigma dan diskriminasi yang melekat pada orang obesitas.

Dalam formulasi klasik, Goffman (1963) mendefinisikan stigma sebagai atribut yang mendiskreditkan, merendahkan, menodai orang yang distigmatisasi. Lebih lanjut, ia menggambarkan stigma sebagai jenis hubungan khusus antara atribut dan stereotip dan menolak stigma disebut sebagai “bahasa hubungan”. Dalam pandangannya, stigma terjadi sebagai ketidaksesuaian antara “identitas sosial seharusnya” dengan “identitas sosial sebenarnya” yang dimiliki seseorang (Goffman, 1963). Stigma penyakit terjadi ketika kelompok disalahkan atas penyakitnya karena dianggap tidak bermoral, najis, atau malas (Kraut, 1994). Pada awal abad ke-20, orang Afrika-Amerika mengalami epidemi tuberkulosis, alih-alih berinvestasi pada pencegahan dan pengobatan tuberkulosis, otoritas banyak kota di amerika lebih memilih untuk mengeluarkan peringatan terhadap kulit putih untuk menjauhi dan tidak mempekerjakan orang Afrika-Amerika (Pomeranz, 2008). Pada abad ke-19, sejumlah besar imigran Irlandia meninggal karena penyakit kolera dan epidemi lainnya sehingga mereka diyakini bertanggung jawab karena “kotor dan tidak memperhatikan kebersihan publik” serta dipandang sebagai pembalasan terhadap “yang berdosa dan tidak layak secara rohani” (Kraut, 1994). Sayangnya, stigma obesitas belum ditanggapi sebagai masalah serius yang memerlukan perhatian dan masih jarang dibahas dalam konteks kesehatan masyarakat (MacLean, et al., 2009).

Masyarakat menganggap orang dengan obesitas bukan sebagai pasien yang membutuhkan perawatan dan perhatian kesehatan, tetapi sebagai orang yang abai dan tidak bertanggung jawab terhadap berat badannya sendiri, malas, dan makan berlebihan (Kim & Willis, 2007). Asumsi umum ini memberikan dasar untuk stigma obesitas (Rebecca M. Puhl & Chelsea A. Heuer, 2010). Di bidang kesehatan masyarakat, stigma dikenal sebagai musuh. Sepanjang sejarah, stigma telah memaksakan penderitaan pada kelompok yang rentan terhadap penyakit dan mengganggu upaya untuk menggagalkan perkembangan penyakit tersebut (Rebecca M. Puhl & Chelsea A. Heuer, 2010). Beberapa psikolog sosial telah menggambarkan stigma sebagai ancaman situasional; stigma hasil dari ditempatkan dalam situasi sosial yang mempengaruhi bagaimana seseorang diperlakukan (Jones, Farina, Hastorf, & Markus, 1984). Banyak anekdot mengenai individu yang diejek oleh guru, dokter, dan orang asing di tempat umum, seperti supermarket, restoran, dan area perbelanjaan. Lelucon terkait orang gemuk atau obesitas merupakan hal yang biasa (Puhl & Brownell, 2001). Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Rebecca Puhl dan Kelly D. Brownell (2001), orang

gemuk dan obesitas menceritakan kisahnya terkait stigma dan diskriminasi yang dialami, seperti menerima nilai buruk di sekolah, ditolak pekerjaan dan promosi, kehilangan kesempatan mengadopsi anak, dan masih banyak lagi.

Stigma obesitas dapat terinternalisasi dimanapun dan oleh siapapun. Salah satu yang paling berpengaruh adalah media, baik media mainstream ataupun digital. Dalam konten media, pemberitaan cenderung menyalahkan orang gemuk dan obesitas serta mengabadikan stigma obesitas (Crandall & Reser, 2005). Namun, stigmatisasi obesitas tidak hanya ada pada konten dalam bentuk teks ataupun video, lebih dari itu, konten dalam bentuk visual pun dapat terkandung unsur stigma obesitas. Penelitian yang telah dilakukan kepada peserta yang disajikan gambar negatif terhadap orang gemuk menunjukkan tingkat bias berat yang lebih tinggi dibandingkan dengan peserta yang diberi gambar positif (McClure, Puhl, & Heuer, 2011).

Analisis konten visual dilakukan untuk menilai sifat konten dalam bentuk gambar di media, khususnya untuk memastikan keberadaan stereotip dan menentukan pengaruhnya terhadap pemahaman audiensnya (Heuer, McClure, & Puhl, Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis, 2011). Hal ini dipandu oleh teori analisis kerangka goffman (1963) khususnya terkait stigma dan stereotip. Pembingkaiannya secara visual dari suatu isu sangat penting karena audiens cenderung mudah untuk menerima gambar dan tidak menyadari pengaruh pembingkaiannya atau framing secara visual (Messaris & Abraham, 2001). Pembingkaiannya atau *framing* merupakan teori yang sering digunakan pada studi media, yaitu bagaimana sumber komunikasi membangun masalah sosial atau politik dan mengonstruksi pikiran audiensnya (Nelson, Oxley, & Clawson, 1997). Menurut Messaris dan Abraham (2001), Pembingkaiannya piktorial layak untuk diteliti bukan hanya karena gambar mampu menyampaikan makna yang tidak terucapkan, tetapi juga karena kesadaran akan makna tersebut mungkin sangat sulit dipahami. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti konten visual pada 5 portal berita lokal Indonesia. Penelitian ini merupakan pembaharuan dari penelitian sebelumnya mengenai konten visual terhadap stigma obesitas pada 5 portal berita utama di Amerika. Gambar atau konten visual dipilih karena cenderung menjadi perhatian pertama kali bahkan ketika seseorang tidak membaca atau sulit memahami isi dari berita tersebut (Messaris & Abraham, 2001).

Berdasarkan penelitian, media berita secara tidak proporsional membingkai obesitas dengan menyalahkan individu (Crandall & Reser, 2005), berfokus pada penyebab dan solusi tingkat individu sembari mengabaikan kontributor sosial, lingkungan yang penting, dan stigmatisasi berat badan (Bonfiglioli, Smith, King, Chapman, & Holding, 2007). Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada analisis konten visual portal berita online. Penelitian sebelumnya terkait analisis konten visual stigma obesitas dalam portal berita online telah dilakukan di Amerika Serikat dengan objek 5 portal berita utama Amerika, yaitu MSNBC.com, CNN.com, ABCnews.com, CBSnews.com, dan FOXnews.com menggunakan kata kunci “obesitas” (Heuer, McClure, & Puhl,

Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis, 2011). Penelitian kali ini akan berfokus pada portal berita online lokal.

Portal berita online dipilih karena berdasarkan laporan Reuters Institute menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia, sejumlah 89% responden, memanfaatkan media dalam jaringan untuk mengakses informasi (Pusparisa, 2021). salah satu media massa daring yang paling sering diakses adalah portal berita online (Amazon.com, 2022). Menurut situs Alexa.com (2022), terdapat 10 besar portal informasi yang paling sering dikunjungi di Indonesia, peneliti mengambil 5 portal berita kredibel yang masuk kedalamnya, yaitu okezone.com, Tribun News, Liputan6.com, Kumparan.com, dan Kompas.com.

Berdasarkan tinjauan diatas dan penelitian terdahulu, dapat dirumuskan riset question dan hipotesis sebagai berikut: pertama, bagaimana perbandingan penggambaran orang obesitas dengan orang tidak obesitas pada portal berita online lokal di Indonesia? Kedua, bagaimana orang dengan obesitas digambarkan dalam foto berita online lokal? Ketiga, apakah penggambaran orang obesitas pada situs berita online lokal masih mengandung unsur stigma obesitas? Keempat, penggambaran orang obesitas pada portal berita online lokal Indonesia masih mengandung unsur stigma obesitas.

Tujuan dalam penelitian ini diantaranya ialah, pertama, untuk mengetahui bagaimana perbandingan penggambaran orang obesitas dengan orang tidak obesitas. Kedua, untuk mengetahui bagaimana orang dengan obesitas digambarkan dalam foto berita online lokal. Ketiga, untuk mengetahui apakah penggambaran orang obesitas pada situs berita online lokal masih mengandung unsur stigma obesitas

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif analisis isi atau *content analysis*. Pendekatan kuantitatif dipilih karena jenis penelitian ini dapat menghasilkan penemuan atau menjawab pertanyaan penelitian dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau melalui pengukuran terhadap sampel (Sujarweni, 2014). Menurut Sugiyono (2013), metode pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandas pada filsafat positifisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan metode analisis menggunakan statistik untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Analisis isi didefinisikan sebagai teknik yang sistematis dan dapat ditiru untuk mengompresi banyak kata dari teks ke dalam kategori konten yang lebih sedikit berdasarkan aturan pengkodean yang eksplisit (Krippendorff K. , 1980). Holsti (1969). memberikan definisi analisis isi yang luas, yaitu setiap teknik untuk membuat kesimpulan secara objektif dan sistematis untuk mengidentifikasi karakteristik tertentu suatu pesan atau konten. Untuk menguji data secara statistika, peneliti menggunakan uji statistika Chi square *independency test* menggunakan software Statistical Product and Service Solutions (SPSS) untuk menjawab riset question 1. Riset Question 2 dan 3 dijawab menggunakan teknik analisis deskriptif.

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Saunders M. N., 2019). Penelitian ini menggunakan lima portal berita online utama, yaitu okezone.com, Tribun News, Liputan6.com, Kumparan.com, dan Kompas.com sebagai populasi. hal ini berdasarkan pada laporan web Alexa (Amazon.com, 2022) “10 portal informasi paling sering dikunjungi di Indonesia” dan didapatkan web portal berita online sebanyak 7 dari 10 web tersebut, antara lain okezone.com, Tribun News, Pikiranrakyat.com, Liputan6.com, Kumparan.com, Kompas.com, dan Detik.com. Setelah peneliti melakukan observasi dengan kata kunci “obesitas”, terdapat 5 diantaranya yang cukup sering memberitakan obesitas sebagai berita utama, yaitu okezone.com, Tribun News, Liputan6.com, Kumparan.com, dan Kompas.com dengan frekuensi diatas 30 berita selama 6 bulan, terhitung sejak Oktober 2021 hingga Maret 2022. maka dari itu peneliti memutuskan untuk menghapus 2 portal berita lainnya, Pikiranrakyat.com dan Detik.com, dalam objek penelitian.

Didapatkan hasil 193 berita dengan kata kunci “obesitas” dari 5 portal berita online lokal di atas, konten berita ini selanjutnya disaring menggunakan 2 kriteria, yaitu: 1) topik utama dalam artikel adalah obesitas (misalnya, perawatan kesehatan untuk obesitas, pengobatan obesitas, konsekuensi kesehatan dari obesitas, dan lain sebagainya). 2) Artikel disertai dengan gambar.

Berita yang memenuhi kriteria selanjutnya diambil gambar atau konten visualnya untuk dianalisis. Konten visual dipilih karena dapat menyampaikan pesan yang tidak tertulis dan pembaca cenderung melihat gambar atau konten visual pertama kali pada saat membaca berita online (Messaris & Abraham, 2001). Dari hasil penyaringan tersebut, didapatkan sebanyak 296 konten visual berupa gambar yang selajutnya akan disaring kembali untuk dijadikan sebagai populasi penelitian. Kriteria penyaringan meliputi 2 hal, yaitu terdapat objek berupa orang atau manusia di dalam gambar tersebut dan gambar tidak berulang atau sama. Dengan begitu, peneliti mendapatkan hasil sebanyak 180 populasi.

Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik probability sampling. Probability sampling merupakan teknik sampling yang dapat merepresentasikan keseluruhan dari populasi (Saunders M. , 2007). Dalam perhitungan pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan web penyedia layanan perhitungan ukuran sampel, yaitu “Survey Monkey”. Perhitungan ini meliputi total populasi sebanyak 180 artikel dengan *confidence level* 95% dan *margin of error* 5% yang kemudian didapatkan hasil sebanyak 123 sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu peluang setiap kasus yang dipilih dari populasi diketahui dan sama (Saunders M. , 2007). Dengan kata lain, probability sampling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menyelesaikan tujuan yang menuntut peneliti untuk memperkirakan secara statistik karakteristik populasi dari sampel (Saunders M. N., 2019).

Peneliti menentukan sampel penelitian dengan cara mengumpulkan berita dalam periode bulan, terhitung sejak Oktober 2021 hingga maret 2022 dari 5 portal berita online lokal paling

sering dikunjungi, yaitu okezone.com, Tribun News, Liputan6.com, Kumparan.com, serta Kompas.com (Amazon.com, 2022) dan cukup sering memberitakan “obesitas” sebagai judul utama berita. Dari lima portal berita online lokal tersebut, didapatkan 185 berita dengan yang selanjutnya akan disaring dengan 2 kriteria yang telah disebutkan dan didapatkan sejumlah 296 konten visual berupa gambar. Kemudian, 296 gambar tersebut akan disaring kembali dengan 2 kriteria, yaitu terdapat objek berupa orang atau manusia di dalam gambar tersebut dan gambar tidak berulang atau sama yang menghasilkan populasi penelitian sebanyak 180 gambar. Sampel penelitian ditentukan menggunakan laman “survey monkey” dengan hasil 123 sampel gambar. Untuk menentukan gambar yang terpilih menjadi sampel, peneliti menggunakan laman “Random sampling”.

Untuk menganalisis sampel penelitian, peneliti akan mengelompokkan gambar tersebut ke dalam beberapa kelompok sesuai unit analisis untuk menjawab riset question dan hipotesis penelitian. Semua gambar akan dikodekan secara sistematis. Peneliti menilai keandalan antar penilai dengan meminta masing-masing dari dua pembuat kode secara independen mengkode 50% artikel dalam sampel ($n/2 = 93$). Karena variabel yang dikodekan adalah nominal, kami menghitung keandalan menggunakan kappa Cohen untuk beberapa penilai. Perhitungan ini dikoreksi untuk kesepakatan antar koder.

Unit analisis penelitian ini adalah citra individu yang terdapat dalam konten berita obesitas. Variabel spesifik dipilih untuk mendokumentasikan karakteristik demografis dan menggambarkan citra orang gemuk dan obesitas dalam sebuah foto. Variabel juga dipilih untuk menganalisis penggambaran orang gemuk dan obesitas yang mungkin masih mengandung stigmatisasi dan stereotip. Variabel tersebut antara lain: 1) sumber gambar dalam berita, 2) tanggal artikel diterbitkan 3) topik berita, 4) kredit gambar (*Associated Press*, gambar stok, atau dikreditkan ke sumber berita itu sendiri), 5) berat badan orang dalam foto secara garis besar (kurus/normal atau gemuk/obesitas), 6) karakteristik demografis orang dalam gambar jenis kelamin, usia, dan ras, 7) berat badan (kurang berat badan, berat badan normal, kelebihan berat badan, obesitas, sangat obesitas, atau hamil), 8) bagaimana tubuh digambarkan dalam gambar (keseluruhan tubuh, kepala/muka, tubuh bagian atas, perut, tangan, atau tubuh bagian bawah) 9) apakah kepala terpotong dari gambar, 10) apakah orang dalam gambar itu berpakaian (berpakaian lengkap, sebagian berpakaian, atau sebagian besar tidak berpakaian/mengenakan pakaian dalam), 11) gaya berpakaian (profesional, santai, olahraga, atau berpakaian tidak lengkap/hampir telanjang), 12) Pakaian yang sesuai (pantas atau tidak pantas; dikodekan sebagai tidak pantas hanya jika pakaian orang gemuk jelas terlalu ketat)

Gambar juga diberi kode sesuai dengan peran utama atau aktivitas orang yang digambarkan dalam gambar, antara lain: 1) makan dan/atau minum, 2) menjual, berbelanja, menyajikan, dan/atau memasak makanan, 3) berolahraga, 4) menjadi ahli, peneliti, advokat, atau jurnalis, 5) menjadi seorang yang sabar, 6) menjadi tenaga kesehatan profesional, 7) menjadi fitur dari kisah sukses penurunan berat badan, 8) ditampilkan sebagai bagian tubuh yang terisolasi (misalnya, hanya perut yang ditampilkan), 9) berjalan menyusuri jalan, 10) terlibat dalam perilaku menetap (misalnya,

menonton televisi, bermain video game), 11) ditampilkan dalam kisah minat pribadi (misalnya, foto pasangan yang ditolak adopsi karena obesitas), 12) kegiatan lainnya. Jika terdapat makanan atau minuman di dalam foto akan diberi kode sebagai sehat (misalnya, buah, sayuran, air) atau tidak sehat (misalnya, keripik kentang, makanan cepat saji, soda).

Jurnal *Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research* (Golafshani, 2003) mendefinisikan uji reabilitas sebagai konsistensi dari waktu ke waktu dan representasi akurat dari total populasi yang diteliti. Apabila metode tersebut memiliki hasil yang konsisten di setiap penggunaannya, maka dapat dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan oleh 2 coder. Masing-masing coder akan mengcoding secara terpisah dengan sampel 30 konten visual berita berupa foto dari total sampel 185 foto yang dipilih secara acak. Selanjutnya, foto-foto tersebut akan dicoding menggunakan 15 variabel dan 3 kategori yang telah ditentukan. Hasil dari pengcodingan 2 coder tersebut akan dihitung reabilitasnya menggunakan *Reliability Calculator for Ordinal, Interval, and Ratio* data (ReCal OIR) pada laman “dfreelon.org”.

Hasil perhitungan akan dikatakan reliabel apabila *level of agreement* lebih dari 80% dan Krippendorff's alpha lebih dari 0.667. Krippendorff (2011) menyebutkan variabel akan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien di atas 0.80 dengan batas terendah 0.667. Jika dilihat dari dua indikator tersebut, seluruhnya, 15 variabel dari 3 kategori, dikatakan reliabel karena memiliki *level of agreement* diatas 80% dan koefisien Krippendorff's alpha diatas 0.667.

Kategori demografis dianalisis menggunakan ratio untuk melihat frekuensi kemunculan variabel tersebut. Dalam kategori ini, terdapat 4 variabel, yaitu bentuk tubuh ($\alpha=0.96$), jenis kelamin ($\alpha=1$), umur (0.871), dan ras ($\alpha=0.828$).

Kategori penggambaran memiliki 5 variabel dengan level of agreement diatas 80% yang nantinya akan dianalisis menggunakan ratio atau frekuensi. Lima variabel dalam kategori ini, yaitu aktivitas ($\alpha=0.951$), berat badan ($\alpha=0.94$), pengambilan gambar ($\alpha=0.952$), Pakaian ($\alpha=1$), gaya berpakaian ($\alpha=0.974$), dan Aktivitas ($\alpha=0.951$).

Kategori stigmatisasi menggunakan analisis skala nominal biner yang memungkinkan sebuah gambar memiliki lebih dari satu variabel. Analisis ini dapat melihat ada tidaknya stigma dalam konten visual portal berita online sesuai dengan *riset question* dan hipotesis penelitian. Variabel dalam kategori ini antara lain penekanan tidak proporsional ($\alpha=0.784$), perut tanpa baju ($\alpha=1$), kepala terpotong (0.817), pakaian tidak pantas ($\alpha=0.738$), makan/minum tidak sehat ($\alpha=1$), dan aktivitas tidak banyak bergerak ($\alpha=0.803$).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan rencana analisis data yang berbeda-beda pada masing-masing variabelnya. Proses analisis data adalah mengumpulkan dan merekonstruksi data dengan cara yang dapat dipahami atau bermakna, transparan, teliti, dan menyeluruh (Helen Noble, 2013). Hal ini dilakukan agar *riset question* dan hipotesis dapat terjawab sesuai dengan apa yang diharapkan.

Riset question 1 akan dijawab menggunakan uji inferensial dengan perhitungan statistik non parametrik *chi-square Independency Test*. Uji Chi-square dapat menentukan penggambaran yang signifikan antara penggambaran orang kelebihan berat badan atau obesitas dengan orang yang tidak obesitas (Heuer, McClure, & Puhl, Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis, 2011). Selain itu, peneliti juga menghitung rasio peluang untuk memaksimalkan interpretasi hasil uji ini. Uji chi-square digunakan karena skala pengukurannya menggunakan skala nominal dan mengacu pada penelitian. *Independency test* adalah uji statistik analitik komparatif untuk menjawab perbandingan 2 variabel kategori, biasanya berupa proporsi, yang tidak berpasangan atau independen (Halim & dr. Syumarti, 2020).

Pengujian akan dilakukan menggunakan perangkat lunak Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Batas toleransi kesalahan atau *error* adalah 5% dan *level of agreement* 95%. Sehingga hipotesis akan diterima apabila nilai signifikansi lebih rendah dari taraf signifikansi (0.05).

Riset question 2 dan 3 akan dijawab menggunakan uji deskriptif, yaitu analisis data yang dilakukan menggunakan tabel distribusi frekuensi untuk memberi gambaran karakteristik atau realita masing-masing variabel penelitian secara umum (Sugiyono., 2008). Hal ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana penggambaran orang obesitas pada berita online lokal dan apakah penggambaran tersebut mengandung unsur stigma terhadap orang obesitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Sampel

Dari total populasi 296 gambar, sejumlah 116 gambar dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria, yaitu tidak ada orang atau manusia sebagai objek utama (misalnya gambar makanan, alat kesehatan, dan objek selain orang lainnya) dan gambar berulang atau sama. Pengecualian ini meninggalkan 180 sampel gambar yang diterbitkan dalam lima portal berita online lokal dalam 6 bulan, terhitung sejak Oktober 2021 hingga Maret 2022. Selanjutnya, peneliti menggunakan bantuan laman “survey monkey” dengan *confidence level* 95% dan *margin error* 5% untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, yaitu sejumlah 123 sampel. Sampel dipilih secara acak menggunakan laman “Random Sample Generator”.

Table 1. Karakteristik Demografi

Berita Online Lokal						
Variabel	Okezone	Tribun News	Liputan 6	Kumparan	Kompas	Total Sampel
Berat Badan						
Tidak Obesitas	0%	52,2%	65,2%	46,6%	30,8%	39,8%

Gemuk/Obesitas	100%	43,5%	30,4%	53,4%	69,2%	58,6%
Tidak Terdefinisi	0%	4,3%	4,4%	0%	0%	1,6%
Jenis Kelamin						
Laki-Laki	0%	43,5%	34,8%	60%	34,6%	53,65%
Perempuan	100%	47,8%	52,2%	40%	53,8%	39,9%
Tidak Terdefinisi	0%	8,7%	13%	0%	11,6%	6%
Umur						
Muda	0%	95,65%	91,3%	100%	84,6%	94,4%
Tua	100%	4,35%	0%	0%	11,5%	3,25%
Tidak Terdefinisi	0%	0%	8,7%	0%	3,8%	2,4%
Ras						
Kulit Putih	0%	21,7%	34,8%	30%	69,2%	32,5%
Kulit Hitam	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Asia	100%	43,5%	47,8%	33,3%	11,6%	44,7%
Tidak Terdefinisi	0%	34,8%	17,4%	36,7%	19,2%	22,8%

Tabel 1 menunjukkan karakteristik demografi individu dalam sampel. Secara keseluruhan, terdapat 53,65% sampel laki-laki, 39,9% perempuan, dan 6% tidak terdefinisi (gambar tidak terlihat jelas, apakah objek orang tersebut berjenis kelamin laki-laki atau perempuan). Mayoritas ras yang terlihat adalah kulit putih (32,5%), disusul oleh Asia (44,7%) dan sisanya (22,8%) tidak terdefinisi karena kurang terlihat jelas pada foto (gambar hanya berupa kaki, perut, atau tampak dari belakang). Dari 180 populasi yang masuk kedalam kriteria, hanya terdapat 1 gambar dari portal berita online Kumparan.com yang mencantumkan foto orang dengan ras kulit hitam. Foto tersebut tidak terpilih menjadi sampel pada saat proses pemilihan secara acak. Dengan begitu, tidak ada ras kulit hitam dalam sampel. Umur juga menjadi karakteristik demografis dalam penelitian ini. Sebagian besar konten visual digambarkan berumur muda (anak-anak hingga dewasa awal), yaitu sejumlah 94,4% dan sisanya berumur tua serta tidak terdefinisi. Sebanyak 58,6% dari sampel digambarkan kelebihan berat badan dan obesitas serta 39,8% tidak kelebihan berat badan. Penggolongan berat badan kemudian dirincikan kembali, yaitu gemuk (34,9%), Obesitas (10,5%), Sangat Obesitas (11,38%), dan kategori ibu hamil (2,43%). Tidak ditemukan gambar orang kurus dalam artikel berita obesitas yang menjadi objek penelitian. Sebanyak 6,5% berat badan orang dalam foto tidak dapat ditentukan sehingga dikeluarkan dari analisis lebih lanjut. Selanjutnya, peneliti membandingkan penggambaran orang kelebihan berat badan dan obesitas dengan orang tidak obesitas.

Penggambaran Orang Gemuk dan Obesitas

Peneliti melakukan uji Chi square untuk menjawab riset question 3, yaitu menentukan apakah terdapat perbedaan signifikan antara penggambaran orang yang kelebihan berat badan dan

obesitas dengan orang yang tidak kelebihan berat badan. ditemukan beberapa penemuan penting, yaitu laki-laki cenderung dua kali lebih mungkin digambarkan kelebihan berat badan dan obesitas dibandingkan dengan perempuan, $\chi^2(1, N=123) = 13,736, p < .001$. Pemuda 92,5% lebih mungkin digambarkan kelebihan berat badan dan obesitas dibandingkan orang tua, $\chi^2(1, N=123) = .898, p = .043$. Tidak ada hubungan signifikan antara penggambaran orang obesitas dengan orang tidak obesitas.

Table 2. Perbedaan Penggambaran Orang kelebihan berat badan dan obesitas dengan tidak kelebihan berat badan

	Gemuk/Obesitas	Tidak Obesitas
Jenis Kelamin	65%	35%
Umur	92,5%	7,5%
Karakteristik negatif		
Tidak Proporsional	80%	20%
Tanpa pakaian atau perut telanjang	79%	21%
Prilaku menetap	65%	35%
Makan dan minum	50%	50%

Terdapat beberapa perbedaan signifikan terkait penggambaran tubuh individu dalam foto. Orang kelebihan berat badan dan obesitas 74% lebih sering digambarkan melakukan kegiatan dengan minim pergerakan atau prilaku menetap, misalnya menonton televisi, tidur, dan lain sebagainya dibandingkan dengan bentuk kegiatan lainnya dan 65% lebih sering digambarkan dengan prilaku menetap jika dibandingkan dengan orang tidak obesitas, $\chi^2(1, N=123) = 6.511, p = .011$. individu dengan kelebihan berat badan 80% lebih mungkin digambarkan secara tidak proporsional, yaitu penekanan dan penonjolan bagian tubuh secara dominan, khususnya bagian perut dan foto tanpa kepala jika dibandingkan dengan orang yang tidak kelebihan berat badan, $\chi^2(1, N=123) = 10.014, p = .002$. selain itu, seseorang yang kelebihan berat badan juga 79% lebih sering digambarkan tanpa baju dan pakaian yang tidak pantas, misalnya sangat ketat hingga kancing hampir terbuka dan sangat jarang digambarkan dalam pakaian profesional, $\chi^2(1, N=123) = 5.305, p = .021$. tidak ada perbedaan penggambaran makanan dan minuman antara orang obesitas dengan orang tidak obesitas.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, konten visual pada portal berita online lokal di Indonesia terbukti masih mengandung unsur stigmatisasi sejumlah 37.5%. Dengan begitu, hipotesis 1 diterima. Individu yang kelebihan berat badan dan obesitas lebih mungkin untuk difoto secara tidak proporsional, seperti dipotong kepalanya dari foto, ditampilkan dari samping atau

belakang, digambarkan hanya dengan perut atau tubuh bagian bawah yang ditampilkan, dan berpakaian sebagian (misalnya, perut telanjang terlihat) daripada individu yang tidak kelebihan berat badan. Foto orang obesitas tanpa baju dan penekanan serta pengisolasian anggota tubuh tertentu, seperti perut dan tubuh bagian bawah secara tidak perlu justru menekankan penggambaran kelebihan berat badan yang tidak menarik dan berpotensi dapat merendahkan orang-orang gemuk. Akibatnya, orang gemuk direduksi menjadi simbol epidemi, daripada anggota masyarakat yang dihargai yang pantas mendapatkan kasih sayang dan rasa hormat. Beberapa orang mungkin berpendapat bahwa kepala dan wajah orang gemuk dihilangkan dari foto berita untuk melindungi privasi mereka. Namun, gambar yang memberikan penekanan yang tidak perlu pada bagian tubuh tertentu tampaknya sengaja membangkitkan rasa jijik, daripada sekadar menggambarkan orang gemuk dengan identitas yang disembunyikan.

Foto orang yang berkegiatan dengan minim pergerakan merupakan penggambaran paling sering ditemukan pada orang obesitas, yaitu 75% dari total keseluruhan gambar orang obesitas (n=68). Sedangkan, penggambaran positif masih sangat kurang. Dari total keseluruhan sampel gambar orang obesitas, hanya 6% yang menggambarkan orang obesitas mengenakan pakaian olahraga dan 7% orang gemuk dan obesitas digambarkan sedang melakukan kegiatan olahraga. Hal ini menginternalisasi dan membuat persepsi masyarakat, khususnya para pembaca, bahwa seakan-akan orang obesitas adalah orang yang malas dan minim berolahraga.

Jika ditelaah dari segi pakaian, hanya 2.9% dari total keseluruhan foto orang obesitas yang menggambarkan orang obesitas dengan pakaian profesional. Sedikitnya foto orang obesitas dengan pakaian profesional dapat menginternalisasi bahwa orang obesitas memiliki kemungkinan yang kecil untuk dapat bekerja secara profesional. Media massa sangat berperan terhadap pembentukan persepsi publik. adanya stigmatisasi pada konten visual portal berita online lokal, membantu membentuk kepercayaan masyarakat tentang orang gemuk dan obesitas.

Beberapa orang berpendapat bahwa stigmatisasi obesitas dapat membantu dalam hal motivasi agar penderita obesitas dapat kembali normal. Namun, akumulasi penelitian menyatakan hal ini hanya akan membangkitkan kecemasan, depresi, harga diri rendah, gangguan makan, dan ancaman psikologis dan fisik lainnya kepada penderita obesitas (Heuer, McClure, & Puhl, Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis, 2011) (Puhl & Brownell, 2001). Bukti ilmiah menunjukkan bahwa akan lebih efektif jika mengkomunikasikan penerimaan dan dukungan daripada penanaman stigma dan rasa malu (Puhl & Brownell, 2001).

Media, khususnya berita, memainkan peran penting dalam mengurangi stigma masyarakat terhadap individu obesitas. Hal ini dapat dilakukan dengan mengubah konten dari laporan berita mereka mengenai obesitas dengan tidak menstigmatisasi, baik dalam konten teks ataupun visual pada laman cetak ataupun daring.

KESIMPULAN

Stigma obesitas masih sering ditemukan hingga saat ini. Media sebagai penyampai informasi berperan besar terkait internalisasi dan penguatan stigma tersebut. Tidak hanya secara teks, konten visual pun memuat dan menginternalisasi stigma obesitas, terutama mengingat bahwa gambar-gambar ini lazim dan jarang ditentang. Ketika seseorang membaca artikel atau sebuah konten, ornamen visual cenderung yang akan dilihat dan dipahami terlebih dahulu. Konten visual juga dapat menyampaikan makna yang tidak tertulis. berangkat dari masalah ini, perlu adanya upaya lebih lanjut untuk mengatasi penggambaran visual orang gemuk dan obesitas agar tidak lagi terstigma. Fotografer, jurnalis, editor, dan pekerjaan bersangkutan lainnya harus memperhatikan konten yang mereka produksi agar tidak mengkomunikasikan bias dan menginternalisasi stigma pada pembacanya. Akibat dari adanya bias dan stigma obesitas, penderita obesitas rentan terhadap komplikasi kesehatan fisik dan mental yang serius dan menghadapi kerugian di berbagai aspek, seperti perawatan kesehatan, pekerjaan, pendidikan, hingga kehidupan sehari-hari. Media memiliki peran penting dalam melanggengkan stigma ini juga memainkan peran penting untuk memperbaikinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. S. Kunto Adi Wibowo, M.Comn., Ph.D
2. Ikhsan Fuady, S.P., M.Si.
3. Arshila Citra Khoirunnisa

Sebagai pembimbing, Peer-Reviewrs, dan pemberian masukan serta motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amazon.com. (2022, Maret 14). *Alexa.com*. Diambil kembali dari Top Sites in Indonesia:
<https://www.alexa.com/topsites/countries/ID>
- Bonfiglioli, C. M., Smith, B. J., King, L. A., Chapman, S. F., & Holding, S. J. (2007). Choice and voice: obesity debates in television news. *Medical Journal of Australia*, 187(8), 442-445.
doi: <https://doi.org/10.5694/j.1326-5377.2007.tb01354.x>
- Crandall, C. S., & Reser, A. H. (2005). Attributions and Weight-Based Prejudice In K. D. Brownell, R. M. Puhl, M. B. Schwartz, & L. Rudd (Eds.), *Weight bias: Nature, consequences, and remedies*, 83-96. Diambil kembali dari <https://psycnet.apa.org/record/2005-16248-006>
- Crandall, C. S., & Reser, A. H. (2005). Attributions and Weight-Based Prejudice. In K. D. Brownell, R. M. Puhl, M. B. Schwartz, & L. Rudd (Eds.), *Weight bias: Nature, consequences, and remedies*, 83-96. Diambil kembali dari <https://psycnet.apa.org/record/2005-16248-006>
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled*. New York: Prentice-Hall.

- Golafshani, N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 8(4), 597-607. Diambil kembali dari <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR8-4/golafshani.pdf>
- Halim, d. A., & dr. Syumarti, S. M. (2020). *Perbandingan dua proporsi uji chi square x2*. Bandung: Unit Oftamologi Komunitas, Pusat Mata Nasional RS Mata Censo Universitas Padjadjaran. Diambil kembali dari <https://perpustakaanrsmcicendo.com/wp-content/uploads/2020/07/Perbandingan-Dua-Proporsi-Uji-Chi-Square.Andreas-Lukita-Halim.pdf>
- Helen Noble, J. S. (2013). Qualitative data analysis: a practical example. *Evidence-Based Nursing*, 17(1), 2-3. doi:<http://dx.doi.org/10.1136/eb-2013-101603>
- Heuer, C. A., McClure, K. J., & Puhl, R. M. (2011). Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis. *Journal of Health Communication*, 977-986. doi:10.1080/10810730.2011.561915
- Heuer, C. A., McClure, K. J., & Puhl, R. M. (2011). Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 976-987. doi:10.1080/10810730.2011.561915
- Holsti, O. R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities. *Reading, MA: Addison-Wesley*.
- Jones, E. E., Farina, A., Hastorf, A. H., & Markus, H. M. (1984). *Social stigma: The psychology of marked relationships*. New York: Freeman.
- Joppe, M. (2000). The Research Process. 1.
- Kim, S.-H., & Willis, L. A. (2007). Talking about obesity: news. *J Health Commun*, 12(4), 359–376. doi:<https://doi.org/10.1080/10810730701326051>
- Kraut, A. M. (1994). *Silent Travelers: Germs, Genes, and the "Immigrant Menace."*. United States of America: Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park: Sage.
- Krippendorff, K. (2011). Agreement and Information in the Reliability of Coding. *Communication Methods and Measures*, 5(2), 93-112. doi:<https://doi.org/10.1080/19312458.2011.568376>
- MacLean, L., Edwards, N., Garrard, M., Sims-Jones, N., Clinton, K., & Ashley, L. (2009). Obesity, stigma, and public health planning. *Health Promot Int.*, 24(1), 88-93. doi:<https://doi.org/10.1093/heapro/dan041>
- McClure, K. J., Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2011). Obesity in the News: Do Photographic Images of Obese Persons Influence Antifat Attitudes? *Journal of Health Communication*, 16(4), 359-371. doi:<https://doi.org/10.1080/10810730.2010.535108>
- Messaris, P., & Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. In S. Reese., *Framing public life*, 215–226. Diambil kembali dari http://www.nppa.org/professional_development/business_practices/
- Nelson, T. E., Oxley, Z. M., & Clawson, R. A. (1997). Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior*, 19, 221-246. Diambil kembali dari <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1024834831093>

- Pomeranz, J. L. (2008). A historical analysis of public health, the law, and stigmatized social groups: the need for both obesity and weight bias legislation. *Obesity*, 93-102. doi:<https://doi.org/10.1038/oby.2008.452>
- Puhl, R. M., & Brownell, K. D. (2001). . Bias, discrimination, and obesity. *Obesity Research*, 9, 788–905.
- Puhl, R., & Brownell, D. K. (2001). Bias, Discrimination, and Obesity. *Obesity Research*, 9(12), 788-905. doi:<https://doi.org/10.1038/oby.2001.108>
- Purnell, J. Q. (2018). *Definitions, Classification, and Epidemiology of Obesity*. Endotext [Internet]. Diambil kembali dari <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK279167/>
- Pusparisa, Y. (2021, Juni 28). *Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Berita dari Media Daring*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/28/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-berita-dari-media-daring>
- Rebecca M. Puhl, P., & Chelsea A. Heuer, M. (2010). Obesity Stigma: Important Considerations for Public Health. *American Journal of Public Health*, 100(6), 1019-1025. Diambil kembali dari <https://ajph.aphapublications.org/doi/full/10.2105/AJPH.2009.159491>
- Saunders, M. (2007). *Research Methods for Business Students* (3rd edition ed.). UK: Pearson Education.
- Saunders, M. N. (2019). *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS STUDENTS*. New York: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.