

## ACARA PERAGAAN BUSANA "TRUCE: THE TRUE ELUCIDATION OF CYBERBULLYING"

Veby Sabrina Firdaus<sup>1)</sup>, Ratih Marini<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi London School of Public Relations Jakarta

<sup>2)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi London School of Public Relations Jakarta  
Email: <sup>1)</sup>[vebysabrinafirdaus@gmail.com](mailto:vebysabrinafirdaus@gmail.com), <sup>2)</sup>[ratihmarini.10121996@gmail.com](mailto:ratihmarini.10121996@gmail.com)

### ABSTRACT

*One of the problems which has been happening very often lately is the misuse of the internet mostly done by teenagers in Indonesia on social media, where social media is often used as a tool of cyberbullying. This fact is the main reason why the creators made an event that is also a campaign to spread awareness and invitation to not do cyberbullying with the social media influencers and teenagers as our main target audience. The event was a fashion show mixed with theatre acting and hip hop music. The main theme shown for this fashion show is Street Style with a touch of hip hop music because lately, hip hop is one of the popular music genres among society, especially the young people. Hip hop is considered to be a popular genre because it is known for its critical lyrics with deep meanings. The creators use theories such as Event Management Theory, Fashion Show Theory, Music Theory, Theatrical Theory, Social Criticism Theory, Social Message Theory, Cyberbullying Theory and Social Media Theory. The main theories that are used are Campaign Theory and K. Berlo's Communication Theory. The metode that is used is event management. The creators held this event entitled "TRUCE" which means The True Elucidation of Cyberbullying. The creators hope that this event will have an effect in the eyes of the general public and prevent themselves to not do cyberbullying.*

**Keywords :** social media, cyberbullying, event, campaign, fashion show.

### 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan artikel "Media Baru dan Karakteristiknya" (Aranditio, 2015) Dengan adanya internet, masyarakat lebih mudah untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi, tetapi tidak sedikit dampak negatif yang didapatkan dari internet. Penyebab utamanya adalah karena internet dapat dibuka oleh masyarakat pada semua umur. UNICEF, bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi, *The Berkman Center for Internet and Society*, dan HarvardUniversity, melakukan survei nasional mengenai

penggunaan dan tingkah laku penggunaan internet oleh para remaja di Indonesia. Survei ini memperlihatkan bahwa ada setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet. Studi ini menanyakan 400 responden dengan kisaran umur 10 sampai 19 tahun di seluruh Indonesia (Lukman, 2014).

Salah satu masalah yang sering terjadi di internet pada jaman modern ini adalah penyalahgunaan internet dalam media sosial. Dimana media sosial itu sendiri sering dijadikan sebagai tempat *cyberbullying*. Hal ini didukung oleh hasil survei global yang

diadakan oleh Latitude News, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kasus *cyberbullying* tertinggi kedua di dunia setelah Jepang. Berdasarkan penelitian, 91% responden asal Indonesia mengaku telah melihat kasus *cyberbullying*. Kemudian, data menunjukkan bahwa kasus *cyberbullying* di Indonesia sering terjadi melalui media sosial. (Kompasiana, 2014)

Salah satu contoh kasus *cyberbullying* yang sudah terjadi di media sosial Twitter adalah kasus yang dialami oleh Yoga Cahyadi. Pada Sabtu, 26 Mei 2013, pria asal Yogyakarta ini melakukan tindakan nekat dengan menabrakkan diri ke kereta api yang tengah melintas. Diduga kuat Yoga yang akrab dipanggil Kebo, memilih mengakhiri hidupnya karena tekanan dan hujatan akibat gagalnya acara hiburan Lockstock Fest#2. Sebagai ketua penyelenggara, ia dianggap orang yang paling bertanggung jawab atas kegagalan acara tersebut. Sesaat sebelum memutuskan untuk bunuh diri, Yoga sempat berkicau di Twitter pribadinya

“Trimakasih atas segala caci maki@lockstockfest2, ini gerakan-gerakan Tuhan..salam” (Putra, n.d, 2014).

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa *cyberbullying* yang dilakukan di media sosial dapat berdampak buruk, bahkan berakibat fatal terhadap korban.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan UNICEF, Harvard University, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, anak muda yang menjadi pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai angka 30 juta. 98 persen anak-anak muda di Indonesia mengerti apa itu sosial media, sementara 79,5 persen di antaranya adalah pengguna aktif.

Hingga saat ini, Facebook, Twitter, Whatsapp, Path, dan Instagram masih menjadi *platform* media sosial yang banyak digandrungi anak-anak muda. (Mamduh, 2015)

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pengguna media sosial adalah remaja atau biasa disebut dengan generasi millennial. Sedangkan menurut Qomariyah dalam jurnal yang berjudul *Cyberbullying dalam media sosial*, menjelaskan bahwa remaja sebagai salah satu pengguna internet masih belum mampu memilih aktivitas internet yang bermanfaat, para remaja juga cenderung mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial mereka tanpa mempertimbangkan terlebih dulu efek positif atau negatif yang akan diterima saat melakukan aktivitas internet tertentu. (Akbar, n.d, h.2)

Berdasarkan data yang diperoleh UNICEF pada 2016, sebanyak 41 hingga 50 persen remaja di Indonesia dalam rentang usia 13 sampai 15 tahun pernah mengalami

tindakan *cyberbullying* 2016. Beberapa tindakan di antaranya adalah doxing (mempublikasikan data personal orang lain), *cyber stalking* (penguntitan di dunia maya yang berujung pada penguntitan di dunia nyata), *revenge pom* (penyebaran foto atau video dengan tujuan balas dendam yang dibarengi dengan tindakan intimidasi dan pemerasan) dan beberapa tindakan *cyberbullying* lainnya. Salah satu contohnya adalah perilaku *cyberbullying* yang dilakukan kepada DPR menggunakan media sosial Instagram. (Kumparanstyle, 2017).

Berdasarkan latar belakang di atas dan fenomena-fenomena yang terjadi, dapat disimpulkan bahwa banyak remaja sekarang ini yang menyalahgunakan media sosial sebagai tempat *cyberbullying* dikarenakan para remaja memiliki sifat yang masih tidak stabil dan kurangnya sifat menghargai orang lain, serta penggunaan internet yang tidak di saring.

Dalam hal tersebut, menyelenggarakan sebuah kampanye untuk memberikan pesan kepada masyarakat adalah hal yang tepat untuk dilakukan. Kegiatan kampanye dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah dengan menyelenggarakan sebuah *event*. Dikarenakan sebuah *event* merupakan salah satu media komunikasi secara nyata. Oleh karena itu, membuat sebuah acara kampanye dengan cara

menyelenggarakan acara *fashion show* “*street style*” dengan sentuhan teatrikal dan musik adalah acara yang tepat untuk memberikan pesan kepada masyarakat, khususnya pada para remaja agar tidak melakukan *cyberbullying*. Bentuk teatrikal yang akan dibawakan dalam acara ini adalah teatrikal tanpa dialog yang hanya menggunakan gerakan tubuh dan ekspresi dari para model. Acara ini akan memberikan *awareness* terhadap para remaja bahwa media sosial tidak harus dijadikan sarana untuk melakukan hal-hal yang negatif, khususnya untuk di jadikan sebagai media melakukan *cyberbullying*.

Alasan pembuat karya memilih untuk membuat sebuah acara *fashion show* diikuti dengan pernyataan dari Miuccia Prada “*what you wear represents you to the world, especially now, when communication between is so fast, fashion is universal language that everyone understands.*” (Eaten, 2014). Dapat disimpulkan bahwa *fashion* adalah salah satu cara untuk Berkomunikasi. Adanya sentuhan teater dan musik dalam *fashion show* ini, di harapkan akan membuat para penonton lebih dapat mendalami pesan yang akan disampaikan. Dimana para penonton mendapatkan pesan tidak hanya lewat busana saja tetapi juga lewat teater dan musik.

Pembuat karya memilih tema “*street style*”, dikarenakan pada sekarang ini *street style* sedang sangat diminati oleh masyarakat,

khususnya para remaja di Indonesia. Salah satu penyebab *street style* banyak diminati karena *street style* adalah sebuah mode *fashion* yang *simple*, dimana semua orang dapat menggunakan di kehidupan sehari-hari sesuai dengan jati diri mereka sendiri, dengan tidak memberikan kesan berlebihan tetapi tetap memberikan nilai *stylish*. *Street style* dapat membuat orang tetap *fashionable*, tanpa harus membuat orang menjadi korban *fashion*. Dimana orang tidak perlu mengeluarkan uang banyak untuk tampil menjadi seseorang yang *fashionable*. (Wood, 2016). Dapat disimpulkan, bahwa *fashion street style* adalah sebuah mode busana yang simpel, sederhana dan banyak diminati orang, tetapi tetap memberi makna atau pesan dari jati diri orang yang memakainya.

Dr. Michael W. Waters, seseorang yang dikenal sebagai sosial aktifitis, *motivational speaker*, penceramah dan guru dalam kunjungannya ke World Association for Christian Communication (WACC), mengatakan bahwa, “*Hip Hop music began in 1973 in New York’s South Bronx, a place where an urban community lived in what appeared to be a war zone. People were living in hopelessness and their voices were not being heard. They find their voice in hip-hop, in the beat, in the music, in the community. Hip-hop becomes the cauldron out of which the voices of the people arise.*” (Staff, WACC,

2014). Sehingga dapat diartikan bahwa musik HipHop adalah salah satu genre musik yang dapat dijadikan sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan dan curahan hati seseorang. Oleh karena itu, pembuat karya memilih musik bergenre HipHop karena dapat memudahkan acara dalam menyampaikan pesan dengan lirik yang ada di dalam lagu tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan perencanaan ini adalah membuat konsep kritik sosial dalam bentuk *fashion show “street style”* dan hip hop, serta mengimplementasikan konsep kritik sosial dalam bentuk *fashionshow “street style”* dan HipHop. Masalah perencanaan dari acara ini adalah Bagaimana menyampaikan pesan kritik sosial yang terjadi di sosial media dengan menggunakan media acara Musik dan *Fashion Show “Street Style”*.

Karya yang akan dibuat diharapkan dapat mendatangkan manfaat baik dari segi akademis maupun praktis. Dari karya atau acara ini, diharapkan dapat di jadikan sebagai saran atau masukan untuk orang-orang yang ingin membuat acara kampanye serupa.

Acara ini diadakan bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada *audience* agar mengetahui tentang sebab dan dampak dari perilaku *cyberbullying*, dimana pesan acara ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan yang membangun dan diperhatikan oleh

*audience*, khususnya para remaja pengguna internet untuk tidak melakukan *cyberbullying* dan menggunakan internet dengan baik dan benar.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Teori Kampanye

Dalam beberapa kegiatan, terdapat jenis-jenis kampanye yang dilaksanakan secara prinsip untuk memotivasi atau membujuk dan mencapai tujuan tertentu. Maka Charles U. Larson dalam bukunya yang berjudul *Persuasion, Reception and Responsibility* (California. Wardsworth Publishing Co. 1992) telah membagi jenis-jenis kampanye sebagai berikut :

#### 1. *Product – Oriented Campaigns*

Sebuah kegiatan kampanye yang berorientasi pada produk, dan biasanya dilakukan dalam kegiatan kampanye komersial promosi pemasaran suatu peluncuran produk baru.

#### 2. *Candidate – Oriented Campaigns*

Sebuah kegiatan kampanye yang berorientasi bagi calon (kandidat) untuk kepentingan kampanye politik (*political campaign*)

#### 3. *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*

Sebuah kegiatan kampanye yang berorientasi dan bertujuan bersifat

khusus dan berdimensi perubahan sosial (*sosial change campaign*)

Berdasarkan jenis dan tujuannya, acara yang akan dibuat oleh pembuat karya termasuk ke dalam jenis kampanye *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*. Karena acara yang akan dibuat dengan bertujuan khusus dan merubah perilaku sosial seseorang. Dimana acara ini dibuat memiliki tujuan untuk mengajak masyarakat pengguna media sosial terutama remaja untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan tidak melakukan *cyberbullying*. (Ruslan, 2008, h. 25-26)

### 2.2. Cyberbullying

Menurut Kowalski (2008) dalam bukunya berjudul *Cyberbullying: Bullying in the Digital Age*, definisi cyberbullying (meliputi penyalahgunaan teknologi komunikasi menyangkut apa, kepada siapa dilakukan, dan bagaimana dampaknya) terbukti sulit terkait dengan metode cyberbullying yang beragam. Beberapa kalangan menamakan *bullying* di internet dengan sebutan *bullying* elektronik, *online social cruelty* (kekejaman di dunia maya), *emotional wilding* (Kowalski, Limber, & Agatston, 2008).

Musik adalah proses komunikasi yang paling universal. Dengan musik, orang-orang dapat berkomunikasi dengan hanya

mendengarkan lagu- lagu yang mereka dengar. Aserani Kurdi mengatakan bahwa musik adalah bagian dari seni yang menggunakan bunyi sebagai media penciptaannya. (2011, h.1). Pada generasi sekarang, banyak orang-orang di Indonesia dan juga negara-negara lain di dunia yang menjadi penikmat musik. Salah satu genre musik yang sedang ramai digemari oleh generasi muda Indonesia, khususnya Jakarta, adalah musik yang bergenre hip hop. Hip hop bermakna seluruh kultur gerakan. Ketika berbicara soal rap, maka rap adalah bagian dari kultur hip-hop. Rap adalah *MC-ing*. *DJ-ing* adalah bagian dari kultur hip-hop. *Breakdancing*, *b-boys*, *b-girls*, caramu bertindak, berjalan, berpenampilan, dan berbicara semuanya adalah bagian dari kultur hip-hop. Musik hip-hop dibuat dari musik orang-orang kulit hitam, coklat, kuning, merah, putih. Musiknya dibuat dari musik apa pun yang memberimu semangat. (Bambaataa, 2005).

Pada generasi sekarang, banyak orang yang berpendapat bahwa musik hip hop dapat memberikan dampak yang negatif karena kata-kata dan cara penyampaiannya yang kasar, tetapi banyak yang tidak mengetahui bahwa dibalik lagu-lagu hip hop yang mengandung pesan yang sangat kritis dan tidak selalu negatif. Musik hip hop banyak diminati oleh pendengar musik dikarenakan memiliki ciri khas yang di kenal dengan bebas

untuk menyampaikan pesan dan bebas untuk berpendapat, semua orang dapat memainkan dan mendengarkan musik hip hop tanpa adanya batasan. Musik hip hop juga dikenal keterikatannya dengan style atau fashion mode yang santai namun menarik. Style ini biasa dikenal dengan nama street style.

Street Style adalah gaya berpakaian yang sedang ramai diikuti dan menjadi tren oleh generasi muda. "Street style atau street fashion ini adalah gaya yang dapat ditemukan di jalanan di kota-kota besar yang juga pengekspresian diri dari generasi muda dengan khas kehidupan urban, dan bisa didapatkan hanya dari pakaian untuk kegiatan sehari-hari." (Sasyachi, 2014.)

Menurut Umberto Eco, pakaian merupakan alat semiotika, mesin komunikasi. Fashion merupakan fenomena kultural, dalam artian fashion merupakan cara yang digunakan suatu kelompok atau individu untuk mengkomunikasikan identitasnya dan orang cenderung membuat penilaian berdasarkan atas apa yang dipakai oleh orang lain. *fashion* dianggap memiliki fungsi komunikatif dan termasuk suatu bentuk komunikasi artifaktual. Dimana artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian. Pakaian bisa berfungsi sebagai bentuk komunikasi, dimana pakaian bisa menyampaikan pesan yang bersifat non-verbal. (Barnard, 1995). Hal itu dapat

diartikan bahwa *street style* adalah suatu fenomena kultural yang mempunyai kaitan erat dengan musik hip hop.

### 2.3. Teori Komunikasi Kritis

Teori utama dalam karya ini adalah teori komunikasi kritis. Istilah teori kritis berasal dari kelompok ilmuwan Jerman yang dikenal dengan sebutan “*Frankfurt School*”. Menurut teori ini, komunikasi adalah refleksi penolakan terhadap wacana yang tidak adil. Dimana tugasnya adalah mengungkap kebenaran dalam penindasan yang terjadi di masyarakat dan memberikan perhatian yang sangat besar pada alat-alat komunikasi kepada masyarakat. Salah satu kendala komunikasi adalah bahasa yang digunakan oleh para individu itu sendiri. Karena, beberapa masyarakat masih menciptakan dan menggunakan suatu bahasa penindasan dan pengekanan. Jurgen Habermas mengatakan bahwa, “kewajiban dari teori kritis adalah menciptakan bentuk-bentuk bahasa baru yang memungkinkan diruntuhkannya paradigma dominan”. Menurutnya, komunikasi sangat berpera penting bagi pembebasan. Karena bahasa adalah salah satu alat yang dapat mewujudkan kebebasan. (Primarni, 2010, h. 41).

Pada karya ini, pembuat karya akan membuat suatu acara yang membawa pesan kritik sosial yang terjadi di media sosial mengenai *cyberbullying* dengan komunikasi *non-verbal*. Dimana alat komunikasi, atau media komunikasi yang akan di gunakan adalah *fashion*. Setelah acara ini di laksanakan, diharapkan akan membuat para pengguna media sosial, khususnya para generasi muda Indonesia, agar menggunakan fasilitas media sosial dengan bijak dan benar. Dengan begitu, kasus-kasus yang sering terjadi di media sosial, seperti *cyberbullying* dan rasisme tidak akan terulang lagi.

## 4. METODE PENELITIAN

Karena naskah ini termasuk kedalam jenis merealisasikan konseptual sebuah naskah, maka metode yang digunakan dalam merealisasikan konsep acara ini adalah *event management*.

### 4.1. Langkah- Langkah Karya

Untuk mencapai tujuan dari acara yang akan dilaksanakan, perlu adanya beberapa strategi dan taktik agar acara yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan efektif. Yaitu :

1. Melaksanakan riset mencari informasi mengenai : kompetitor, contoh acara sebelumnya, masalah yang pernah timbul, peluang terhadap apa yang

diselenggarakan, kelangsungan acara terhadap pasar.

2. Mengumpulkan informasi dan membuat data mengenai : tanggal penyelenggaraan, biaya dan sumber pemasukan, lokasi acara, tenaga kerja atau sumber daya manusia dan divisi pekerjaan setiap individu, target *audience*
3. Mengumpulkan informasi dan membuat data mengenai : anggaran, pemasukan, sponsor dan laporan keuangan.
4. Mengumpulkan informasi dan membuat data mengenai : Sumber daya, staff, lokasi, logistic, peralatan, jadwal pekerjaan, kesehatan, keselamatan dan keamanan.
5. Menyiapkan acara mulai dari permasalahan teknis sampai keamanan.
6. Menyelenggarakan acara
7. Evaluasi Acara

## 5. HASIL

### 5.1. PreEvent

Dalam persiapan melaksanakan acara TRUCE, pembuat karya menyusun perencanaan dengan melengkapi beberapa data dan mengerjakan hal-hal yang perlu diselesaikan sampai pada hari pelaksanaan acara ini. Untuk merealisasikan acara TRUCE ini, memerlukan waktu kurang lebih 2 bulan

untuk mempersiapkan acara. Tahap ini berlangsung dari awal bulan April 2017 hingga Mei 2017. Hal-hal yang dilakukan disaat sebelum acara berlangsung:

1. Pencarian sponsor, Pembuatan acara *Fashion Show* seperti ini membutuhkan dana untuk beberapa hal. Dalam hal ini, kami membutuhkan dana untuk *venue, vendor, konsumsi, percetakan baju, biaya transportasi, guest star,* dan lain-lain. Pembuatan acara seperti ini membutuhkan biaya yang besar untuk memenuhi beberapa kebutuhan acara. Dan juga membutuhkan tenaga suka relawan atau kami sebut dengan *volunteer*, agar acara dapat berjalan lancar sesuai dengan rencana. Agar acara ini dapat terwujud, maka dibutuhkan dukungan dari sponsor ataupun donatur. Melihat beberapa kebutuhan tersebut, kami selaku Mendata sponsor dan media yang menerima dan mendukung acara yang diselenggarakan. Yaitu : PT. Asaba, divisi Develop, PAC Martha Tilaar, Bee Flo, Coca Cola Indonesia, Kebun Kopi. Terdapat beberapa brand lokal yang mendukung acara dalam bidang *wardrobe*, yaitu : *Dusky and Noble, Good Eyes, United Heart, Soze, Kaiga Jeans, Insurgent, Loony, MUZCA, United Hart.*



2. Pembuat karya melakukan survey ke beberapa tempat di Jakarta yang sesuai dan sepadan dengan tema pembuat karya yaitu *Street Style*. Contohnya adalah Galeri Salihara, Empirica Club dan The Foundry No.8.
3. Setelah melakukan survey ke tempat tersebut dan mempertimbangkan beberapa hal dalam pemilihan tempat acara, pembuat karya sepakat untuk mengadakan acara TRUCE di The Foundry No.8 SCBD, dikarenakan fasilitas yang memadai acara pembuat karya dan aksesibilitas yang lebih mudah di jangkau oleh para *audience*, dimana tempat tersebut juga sangat mendukung konsep *street style* yang sudah pembuat karya rencanakan.
4. Produser dan *director*, pembuat karya membuat proposal untuk disebarakan kepada para calon sponsor dan donatur. Tidak hanya itu, proposal juga dibagikan kepada beberapa media agar ada bantuan dalam mempublikasikan acara yang diselenggarakan.  
Beberapa media berbasis online yang mendukung acara ini adalah : Sindhen, Event banget, Seputar Event, Ruang Media Art, Event Jakarta, Mazze Up, Provoke Magazine.
5. Pembuatan materi promosi acara. (poster, *e invitation*, media pass, design layout untuk di media sosial)
6. Pembuatan media sosial resmi acara, yaitu Instagram.
7. Penyusunan serta pembagian divisi kerja panitia acara dan meeting panitia acara
8. Meeting panitia dan latihan, yang dilakukan selama tiga hari sebelum acara diselenggarakan
9. Gladiresik sebelum acara dimulai

## 5.2. Main Event

Acara TRUCE diawali dengan *opening*, dimana Natasha Rosanie, selaku *main cast* masuk ke dalam *stage* dan beracting sebagai korban *cyberbullying* untuk menjelaskan dampak dari perilaku *cyberbullying*, setelah itu ditayangkan video berdurasi kurang lebih 3 menit yang menjelaskan bahwa *main cast* tersebut adalah seorang *vlogger*. Lalu di lanjut dengan *sequence* pertama yang menjelaskan tentang kehidupan *main cast* sebelum di *bully*, saat suasana kehidupannya masih normal atau “senang”. Dimana di *sequence* ini, para model melakukan *catwalk* dengan berpakaian warna-warni beserta balon dan diiringi oleh salah satu *rapper*, yaitu Ben Utomo. Baju-baju yang dipertunjukkan adalah koleksi-koleksi dari Loony dan Dusky and Noble.



Gambar 1. Video *introducing* pembuka TRUCE, dari Marini, Firdaus, 2017

Di *sequence* kedua, *main cast* masuk keatas *stage* dan ber-akting, yang dilanjutkan dengan video berdurasi kurang lebih 3 menit, dimana di dalam video tersebut menjelaskan beberapa perilaku menyebalkan dari *vlogger* tersebut. Kemudian para model masuk *stage* dengan memakai baju dan bermimik wajah arogan untuk menjelaskan alasan dan penyebab korban dapat di *bully*, yang diiringi oleh salah satu *rapper*, yaitu Matter Mos. Baju-baju dan aksesoris yang di pertunjukan adalah koleksi-koleksi dari SOZE dan *Good Eyes*.



Gambar 2. Model menggunakan baju sesuai dengan alur cerita, dari Marini, Firdaus 2017

Di *sequence* ketiga, ditayangkan sebuah video berdurasi kurang lebih 3 menit yang menjelaskan bahwa publik sudah membicarakan tentang keburukan *vlogger* tersebut. Dilanjut oleh penampilan *rapper*, yaitu Gbrand dan ditemani oleh Matter Mos. Para model masuk ke dalam *stage* menggunakan beberapa pakaian *glow in the dark* yang bertulisan kata-kata hinaan untuk korban. Dari baju tersebut, para model menjelaskan alur bahwa publik sedang melakukan *bullying* terhadap korban dengan menggunakan kata-kata kurang baik. *Outer* yang di gunakan oleh para model pada *sequence* ini adalah koleksi-koleksi dari Muzca.



Gambar 3. Model menggunakan baju dengan bertuliskan kata-kata yang mewakili perilaku *cyberbullying*, dari Marini, Firdaus 2017

Dikarenakan terjadinya pergantian pakaian dari *sequence* 3 dan 4 yang sempat memakan waktu lebih lama, pembuat karya mengulur waktu dengan memberikan penampilan khusus yang menggabungkan 3 *rapper*, yaitu Ben Utomo, Gbrand dan Matter Mos. Setelah itu penampilan dari 3 penari dengan diiringi lagu yang berjudul U Mad dari Vic Mensa. 3 penari tersebut termasuk di dalam alur cerita TRUCE. Pada penampilan ini, para penari yang menggunakan pakaian serba hitam mengekspresikan emosi kemarahan, frustrasi yang dialami oleh korban dari *cyberbullying* ini dan memberikan pesan dalam bentuk tarian dan juga lagu yang mengiringi tarian mereka, bahwa inilah perasaan yang dialami oleh *cyberbullying* saat sedang menghadapi serangan-serangan dari para pelaku *cyberbully* di Internet.



Gambar 4. Penampilan tiga *guest star*, dari Marini, Firdaus 2017

Kemudian, model masuk *stage* dengan menggunakan baju berwarna hitam bertema *dark*. Di *sequence* ini para model menjelaskan perasaan dari korban setelah di *bully*. Pakaian dan aksesoris yang digunakan adalah koleksi-koleksi dari UH, Insurgent dan Kaiga Jeans. Dilanjut dengan masuknya *main cast* ke dalam *stage* dan *beracting* seperti orang yang memiliki tekanan tinggi terhadap suatu keadaan. Dimana di *sequence* 4 ini menjelaskan tentang salah satu contoh dampak yang diperoleh dari korban *cyberbullying*.



Gambar 5. Teatrikal dari aktor, dari Marini, Firdaus 2017

Rangkaian acara TRUCE di akhiri dengan masuknya para model dengan membawa *hand properties* yaitu papan yang bertuliskan pesan-pesan tentang ajakan untuk berhenti melakukan *cyberbullying*. Pakaian yang digunakan adalah koleksi-koleksi dari UNITED HART dan Insurgent. Diakhir acara, seluruh model masuk kembali ke panggung dan melakukan *ending pose*. Kemudian, *Production Manager* dan *Director* dari acara TRUCE, naik ke atas panggung untuk memberi hormat dan rasa terima kasih kepada para tamu undangan dengan ditemani salah satu *Social Media Influencer / Public Figure* yang juga sekaligus *main model* TRUCE, yaitu Laras Syerinita yang membawakan

rangkaian bunga untuk diberikan kepada Ratih dan Veby.



Gambar 6. Model membawa 2 papan anti *cyberbullying*, dari Marini, Firdaus, 2017

## 6. KESIMPULAN

Acara "**TRUCE: The True Elucidation of Cyberbullying**" yang telah dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 24 Mei 2017 telah berhasil mendapat respon yang positif dari masyarakat, hal itu menunjukkan keberhasilan dari acara TRUCE dengan tercapainya tujuan karya dari pembuat karya.

Setelah selesai berjalannya acara TRUCE, para tamu undangan dapat menerima dengan baik pesan yang pembuat karya telah sampaikan, yaitu untuk tidak melakukan *cyberbullying*. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa *comment* dan *postingan* positif dari beberapa tamu undangan dan juga hasil

kuesioner yang telah dibagikan. Kuesioner yang dibagikan sebanyak 100 lembar dan yang terkumpul kembali sebanyak 50 lembar. Dari bukti-bukti tersebut dapat membuktikan bahwa pertunjukan *fashion show* yang dikolaborasikan dengan teater dan musik juga dapat menyampaikan pesan dengan baik.

Harapan pembuat karya, TRUCE dapat menjadi *pioneer* dan awal dari acara-acara serupa. Pembuat karya juga berharap TRUCE dapat menjadi acara yang menginspirasi banyak orang untuk membuat acara yang serupa yang tidak hanya mempunyai sisi hiburan tapi ada pesan positif yang disampaikan kepada *audience*.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Utari (2015, h.2). *Komunikasi Cyberbullying Pada Media Sosial* Diperoleh dari <http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf>
- Aranditio (2014). *Stop Cyberbullying* Diperoleh dari <http://arsippublik.blogspot.co.id/2014/09/stop-cyberbullying.html>
- Bambaataa (2005). *Hip-Hop Perlawanan dari Ghetto*, Yogyakarta: Alinea
- Barnard, M. (1995). *Fashion sebagai Komunikasi*, Bandung: Jalasutra
- Eaten, G. (2014). *wear no evil : how to change the world with your wardrobe*. New York: Perseus Books Group
- Kumparanstyle (2017). 41 Persen Remaja Indonesia Pernah Alami Cyberbullying Diperoleh dari <https://kumparan.com/@kumparanstyle/41-persen-remaja-indonesia-pernah-alami-cyberbullying>
- Kowalski, R.M., Limber, S.P., Agatston, P.W. (2008). *Cyber Bullying: Bullying in the Digital Age. United States of America: BlackwellPublishing.*
- Lukman, E. (2014). 30 Juta pengguna internet di Indonesia adalah remaja. Diperoleh dari <https://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja>
- MacEachern, R. and Charrete, G. (2010). *Cyberbullying: Deal with it and Ctrl Alt Delete it Deal With It. Ontario: James Lorimer & amp Company.*
- Mamduh, M. (2015) 30 Juta Anak Muda Pengguna Aktif Sosial Media Diperoleh dari <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2015/12/22/203805/30-juta-anak-muda-pengguna-aktif-sosial-media>
- Primarni, A. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi : Memahami Dasar Komunikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Putra, D.F. (n.d) “Ketika Bullying Berujung Maut”. Diperoleh dari website CNNIndonesia: <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20140910112008-255-2906/ketika-bullying-berujung-maut/>
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Sasyachi. (2014). *Street Style Quick Tips* Diperoleh dari website: <http://www.hellosasyachi.com/2014/06/street-style-quick-tips.html>

Spivet, B. (2011). *Stopping Cyberbullying*, The Rosen Publishing Group, New York.

Staff. (2014, June 20). "Michael Waters : Hip Hop is Communication" Diperoleh dari <http://www.waccglobal.org/articles/michael-waters-hip-hop-is-communication>

Wood, J. (2016, July 22). Marie Claire : *The best fashion blog ever*. Diperoleh dari <http://www.marieclaire.co.uk/fashion/the-best-fashion-blogs-ever-69888>

<https://kumparan.com/@kumparanstyle/41-persen-remaja-indonesia-pernah-alami-cyberbullying>