

PROSES LABELING PADA FIGUR PUBLIK: STUDI KASUS EKY PRIYAGUNG SEBAGAI ‘DUTA BROKEN HOME’ DI INSTAGRAM

¹Sandi Sukron Munawar, ²Rizqi Ghassani

¹sandissukron@gmail.com, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

²rizqighassani@ukri.ac.id, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Abstract. *Labeling is an aspect that arises from society's reaction to a person's behavior that is considered deviant. The labeling perspective emphasizes the interactionism approach by concentrating on the consequences of interactions between deviants and social control agents. This research using descriptive methods to find out how Eky Priyagung's broken home content on Instagram gave rise to a broken home ambassador labeling on Eky Priyagung. The data obtained in this research through direct interviews with Eky Priyagung's sources. The results of this study prove that the labels given by the public can influence how a person behaves, creates strategies, and takes advantage of opportunities, ultimately forming an influential figure in raising social issues.*

Keywords: *Labeling, Broken Home, Instagram.*

Abstrak. Labeling merupakan suatu aspek yang muncul akibat reaksi masyarakat terhadap perilaku seseorang yang dianggap menyimpang. Perspektif labeling mengetengahkan pendekatan interaksionisme dengan berkesentrasi pada konsekuensi interaksi antara penyimpang dengan agen kontrol sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mengetahui bagaimana konten *broken home* dari Eky Priyagung di Instagram memunculkan sebuah labeling duta broken home pada Eky Priyagung. Data yang didapatkan pada penelitian ini melalui wawancara secara langsung dengan narasumber Eky Priyagung. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa label yang diberikan publik dapat memengaruhi cara seseorang bersikap, membuat strategi, dan memanfaatkan peluang, hingga akhirnya membentuk figur yang berpengaruh dalam mengangkat isu sosial.

Kata kunci: *Labeling, Broken Home, Instagram.*

PENDAHULUAN

Labeling atau pelabelan sosial merupakan suatu fenomena yang muncul akibat reaksi masyarakat terhadap perilaku individu yang dianggap menyimpang dari norma yang berlaku. Seseorang yang dinilai berbeda atau tidak sesuai dengan standar perilaku sosial cenderung mendapatkan cap atau label tertentu dari lingkungannya. Menurut Lemert, teori labeling menjelaskan bahwa masyarakat memiliki peran sentral dalam memberikan label atau stigma kepada individu maupun kelompok (Nur Fadhilah Mappaselleng & Zul Khaidir Kadir, 2017). Label ini dapat berupa julukan, stereotip, etiket, atau stigma yang mengandung makna negatif, abnormal, atau menyimpang secara sosial. Dengan kata lain, labeling tidak sekadar penilaian personal, melainkan proses sosial yang membentuk identitas baru bagi individu berdasarkan persepsi kolektif.

Salah satu penyebab terjadinya labeling adalah konstruksi sosial. Konsep konstruksi sosial menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk

melalui interaksi antarmanusia, pandangan tokoh berpengaruh, serta pengaruh budaya yang berkembang. Berger dan Luckmann (2020) menguraikan bahwa realitas sosial merupakan hasil kesepakatan bersama yang dikonstruksikan secara terus-menerus melalui komunikasi. Di era digitalisasi, proses konstruksi ini tidak lagi hanya berlangsung di ruang fisik, melainkan juga pada platform digital, khususnya media sosial, yang kini menjadi arena dominan pembentukan identitas dan persepsi publik.

Perkembangan media sosial telah mengubah secara fundamental pola komunikasi antara figur publik dan audiens. Platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi konten visual, tetapi juga sebagai ruang pembentukan citra, reputasi, dan identitas sosial yang bersifat dinamis. Data terbaru yang dirilis We Are Social (2023) menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram secara global mencapai 1,63 miliar, dengan 106 juta di antaranya berasal dari Indonesia.

Angka ini menempatkan Indonesia pada peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia. Besarnya penetrasi Instagram di Indonesia menjadikan platform ini sebagai media strategis dalam membentuk citra diri dan karakter pengguna di ruang publik digital. Namun, eksposur yang tinggi juga meningkatkan risiko pelabelan negatif apabila pengguna menampilkan perilaku, narasi, atau ekspresi yang dianggap tidak selaras dengan norma sosial yang dianut audiens. Dalam ekosistem ini, figur publik tidak sepenuhnya mampu mengendalikan narasi tentang dirinya, karena persepsi audiens dibentuk melalui interaksi dua arah, komentar publik, dan bahkan interpretasi kolektif yang kadang tidak sejalan dengan maksud asli pembuat konten. Proses inilah yang menjadi lahan subur bagi munculnya labeling, di mana opini dan interpretasi masyarakat memengaruhi bagaimana seseorang dikategorikan secara sosial.

. Becker menegaskan bahwa tindakan memberi label terhadap individu sebagai pelaku penyimpangan dapat memicu fenomena *self-fulfilling prophecy* (Supatmi & Sari, 2007). Robert K. Merton (1948) mengemukakan konsep *self-fulfilling prophecy* atau ramalan yang terpenuhi dengan sendirinya, yang merujuk pada suatu keyakinan atau definisi keliru tentang sebuah situasi, namun justru menghasilkan perilaku tertentu yang akhirnya membuat kesalahan awal tersebut terwujud sebagai kenyataan.

Fenomena pelabelan di media sosial semakin menonjol pada era digital, di mana proses pemberian label berlangsung secara cepat, masif, dan diperkuat oleh mekanisme algoritma, viralitas konten, serta budaya sarkasme digital. Jika pada masa sebelum hadirnya media sosial pelabelan lebih banyak terbentuk melalui interaksi tatap muka, kini identitas seseorang dapat dikonstruksi ulang oleh jutaan pengguna dalam ruang digital yang terbuka dan dinamis. Ini selaras dengan kasus pelabelan “*Duta Broken Home*” terhadap Eky Priyagung. Label ini tidak muncul dari klaim pribadi sang kreator, melainkan lahir dari interpretasi kolektif audiens yang menafsirkan konsistensi narasi kegalauan, pengalaman keluarga, dan satire hubungan orang tua yang dibagikan. Kasus ini memperlihatkan bagaimana identitas sosial dapat terbentuk secara organik melalui konstruksi publik, bahkan tanpa persetujuan atau strategi *personal branding* dari individu yang bersangkutan.

Dalam kasus Eky Priyagung, citra “*Duta Broken Home*” lahir dari cara publik menilai dan memaknai konten yang ia ciptakan, lalu label itu kembali memengaruhi dirinya dipandang, berinteraksi, bahkan membangun identitas digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai cermin kolektif, di mana persepsi publik yang pada awalnya sekadar interpretasi dapat berkembang menjadi identitas sosial yang melekat. Dengan demikian, kasus ini merupakan ilustrasi nyata dari konsep *self-fulfilling prophecy*, di mana penilaian keliru publik akhirnya membentuk realitas yang berpengaruh terhadap perilaku, branding personal, dan konstruksi identitas individu di ruang digital.

Pelabelan pada Eky Priyagung sebagai “*Duta Broken Home*” bukan hanya menghasilkan stereotip baru, melainkan membentuk arah narasi konten yang ia produksi agar konsisten dengan ekspektasi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena kolektif di mana *self-fulfilling prophecy* terjadi secara sistematis, sehingga ekspektasi publik yang keliru dapat terinstitusionalisasi dan menciptakan realitas sosial baru yang berdampak pada perilaku, identitas, bahkan karier digital seseorang.

Penelitian ini menegaskan konsep *self-fulfilling prophecy* yang dikemukakan Merton relevan menganalisis fenomena komunikasi digital kontemporer. Media sosial bukan hanya ruang interaksi, melainkan laboratorium psikologis tempat keyakinan, ekspektasi, dan pelabelan diuji serta diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata.

KAJIAN TEORITIS

Teori labeling muncul sebagai respons terhadap reaksi masyarakat atas perilaku individu yang dianggap menyimpang. Dalam perspektif ini, seseorang yang dinilai melakukan penyimpangan akan menerima cap atau label dari lingkungan sosialnya. Fokus utama teori ini adalah pada proses terjadinya penyimpangan sekunder (*secondary deviance*), yaitu ketika perilaku menyimpang semakin menguat akibat reaksi sosial. Teori labeling tidak menitikberatkan pada alasan individu terlibat dalam perilaku menyimpang, melainkan pada peran definisi sosial yang dibentuk oleh negara maupun masyarakat, yang kemudian mendorong individu untuk semakin terjebak dalam tindakan menyimpang. (Narwoko & Suyanto, 2011)

Proses pelabelan ini berpusat pada reaksi pihak lain yang berperan sebagai pemberi definisi, julukan, atau label terhadap individu maupun perilaku yang dinilai negatif. Penyimpangan tidak semata ditentukan oleh pelanggaran norma, tetapi melalui reaksi atau sanksi sosial yang diberikan penonton sosialnya. Label yang melekat pada diri individu berpotensi memengaruhi pembentukan konsep diri yang menyimpang melalui proses reorganisasi psikologis, dan pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya karir menyimpang secara berkelanjutan. (Narwoko & Suyanto, 2011)

Menurut pandangan para ahli, teori labeling memandang penyimpangan sebagai konsep yang bersifat relatif dan sarat ambiguitas, sebab penentuan apakah suatu perilaku dapat dikategorikan sebagai menyimpang tidak hanya bergantung pada tindakan itu sendiri, tetapi perlu diuji melalui respons sosial yang muncul terhadapnya. Howard S. Becker, salah satu tokoh utama penggagas teori ini, menjelaskan bahwa penyimpangan merupakan konsekuensi dari penerapan aturan dan sanksi oleh pihak lain terhadap individu yang dianggap melanggar (Narwoko & Suyanto, 2011). Pandangan ini menegaskan bahwa proses pelabelan tidak sekadar memberikan identitas baru pada pelaku, tetapi juga mengubah posisi sosialnya di mata masyarakat, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku dan interaksi berikutnya.

Teori labeling berakar pada pendekatan interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh sosiolog seperti George Herbert Mead dan Herbert Blumer, yang menitikberatkan pada bagaimana makna dibentuk, dinegosiasikan, dan dimaknai kembali melalui interaksi sosial. Becker mengadopsi kerangka ini untuk menjelaskan bahwa perilaku individu baru dianggap menyimpang ketika masyarakat secara aktif mengidentifikasi dan melabelinya sebagai penyimpangan. Dalam karyanya, Becker (2019) menegaskan bahwa penyimpangan bukanlah sifat melekat pada suatu tindakan, melainkan hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui proses pelabelan. Konteks sosial dan reaksi masyarakat menjadi penentu utama, sehingga tindakan yang identik dapat dinilai normal dalam suatu budaya atau situasi, namun dianggap menyimpang dalam budaya atau situasi lain. Perspektif ini menempatkan penyimpangan

sebagai fenomena dinamis yang bergantung pada struktur sosial, norma, dan interaksi yang melingkupinya.

Howard Becker menekankan dua dimensi utama dalam Teori Labeling. Pertama, bagaimana dan mengapa individu tertentu mendapatkan label atau penandaan sebagai pelaku penyimpangan. Proses ini tidak hanya menjelaskan mekanisme sosial yang membuat seseorang dicap menyimpang, tetapi juga mengungkap bahwa pelabelan tersebut merupakan hasil interaksi kompleks antara norma, kekuasaan, dan persepsi masyarakat. Kedua, Becker menyoroti dampak dari stigma yang melekat akibat label tersebut. Dalam pandangannya, perilaku seseorang dapat benar-benar berkembang menjadi menyimpang ketika ia telah dicap sebagai penyimpang, karena label tersebut memengaruhi cara orang lain memperlakukannya sekaligus membentuk konsep diri individu.

Selanjutnya Teori labeling, menurut Lemert (Mappaselleng & Kadir, 2017), menjelaskan bagaimana masyarakat memberikan sebuah label atau cap kepada seseorang. Sebuah label ini berupa julukan, etiket, stigma, atau stereotip yang memperlihatkan bahwa seseorang atau kelompok tersebut memiliki karakteristik, perilaku, atau atribut tertentu yang dianggap negatif, abnormal, atau tidak sesuai dengan norma sosial yang kita miliki, yang disebut juga dengan menyimpang. Teori labeling juga sebuah teori sosiologis yang berfokus pada bagaimana pemberian label atau cap oleh masyarakat dapat mempengaruhi identitas dan perilaku seseorang atau sekelompok orang. Teori ini berasal dari perspektif interaksionisme simbolik, yang menganggap bahwa makna sosial terbentuk melalui interaksi dan komunikasi antara individu dengan menggunakan bahasa dan simbol.

Kemudian, Becker (Supatmi & Sari, 2007) menegaskan bahwa tindakan memberi label terhadap individu sebagai pelaku penyimpangan dapat memicu fenomena *self-fulfilling prophecy*. Artinya, label yang diberikan akan mendorong individu menyesuaikan perilakunya agar selaras dengan ekspektasi sosial yang dibentuk oleh label itu sendiri. Proses ini tidak hanya memperkuat identitas menyimpang yang dilekatkan, tetapi juga dapat mengunci individu dalam lingkaran sosial yang membatasi peluang rehabilitasi atau reintegrasi. Dengan demikian, pelabelan bukan sekadar tindakan simbolik, melainkan mekanisme sosial yang berpotensi membentuk realitas perilaku sesuai konstruksi masyarakat.

Istilah *self-fulfilling prophecy* pertama kali diperkenalkan oleh Robert Merton pada tahun 1948 untuk menggambarkan suatu definisi atau keyakinan yang awalnya keliru mengenai sebuah situasi, namun justru memicu serangkaian perilaku baru yang membuat keyakinan tersebut menjadi kenyataan (Choiriyati, 2014). Konsep ini menjelaskan proses di mana ekspektasi atau keinginan seseorang terhadap individu lain dapat secara tidak langsung memandu interaksi dan perilaku sehingga mengarah pada terwujudnya ekspektasi tersebut. Sejumlah penelitian di bidang pendidikan formal, ekonomi, dan ilmu sosial menunjukkan bahwa *self-fulfilling prophecy* memiliki kekuatan untuk membentuk perilaku individu agar selaras dengan harapan yang diarahkan kepadanya, sehingga konstruksi awal yang bersifat prediktif berubah menjadi realitas yang nyata (Aditiyawarman & Rositawati, 2018).

Efek dari *self-fulfilling prophecy* bersifat kumulatif dan dapat berkembang seiring intensitas interaksi sosial. Individu berpotensi berhadapan dengan beragam orang yang masing-masing membawa keyakinan atau persepsi tertentu tentang dirinya—baik yang positif maupun negatif. Apabila persepsi tersebut konsisten di antara banyak orang, pengaruhnya terhadap perilaku dan konsep diri individu akan semakin kuat. Secara khusus, keyakinan negatif yang diyakini secara kolektif cenderung memperbesar kemungkinan individu menyesuaikan perilakunya sesuai ekspektasi tersebut, sehingga memperkuat identitas yang dilekatkan padanya. Fenomena ini menunjukkan bahwa *self-fulfilling*

prophecy tidak hanya bekerja pada level individu, tetapi juga dapat diperkuat melalui dinamika sosial yang bersifat kolektif dan berulang (Almadi, 2022).

Pemberian label sosial umumnya menimbulkan berbagai konsekuensi bagi individu yang menjadi objeknya. Salah satu dampak yang paling sering terjadi adalah semakin kuatnya internalisasi label tersebut dalam diri individu, sehingga membentuk identitas yang sulit dilepaskan. Kondisi ini kerap berujung pada penolakan sosial, yang dapat muncul dalam bentuk cemoohan, ejekan, perlakuan diskriminatif, hingga pengucilan dari lingkungan. Di sisi lain, pelabelan juga berpotensi membentuk ciri khas atau identitas unik yang melekat pada individu, baik disadari maupun tidak. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga oleh masyarakat secara luas. Proses pelabelan dapat mengikis nilai dan norma yang berlaku, mengubah persepsi kolektif terhadap perilaku tertentu, serta mempengaruhi stabilitas dan keseimbangan sosial. Hal ini selaras dengan pandangan teori labeling yang menekankan bahwa reaksi sosial terhadap penyimpangan berperan penting dalam membentuk perilaku dan dinamika sosial di suatu komunitas.

Pelabelan negatif di ruang digital dapat dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk secara organik melalui interaksi intens di media sosial. Platform digital dengan karakteristiknya yang interaktif, berbasis algoritma, dan masif, memungkinkan opini publik terbentuk dan menyebar dalam waktu singkat. Proses ini terjadi melalui komentar, unggahan ulang, dan narasi yang diciptakan atau dimodifikasi oleh pengguna lain. Kecepatan sirkulasi informasi di media sosial membuat label tertentu dapat melekat secara cepat pada individu, tanpa melalui proses verifikasi fakta yang memadai. Akibatnya, citra yang tercipta sering kali bersifat simplifikasi atau distorsi dari realitas, namun tetap memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi kolektif.

Dalam konteks interaksi digital, setiap aktivitas, baik itu menyukai, membagikan, atau menanggapi suatu konten, berpotensi memperkuat label yang telah dilekatkan. Fenomena ini menjelaskan mengapa label negatif yang muncul di media sosial sering kali sulit dihapus, bahkan ketika bukti atau narasi tandingan telah tersedia. Identitas digital seseorang cenderung menjadi arena perebutan makna, di mana narasi yang dominan akan membentuk persepsi publik. Menurut Marwick dan boyd (2011), media sosial menciptakan "*networked publics*", di mana identitas tidak hanya dikonstruksi oleh diri sendiri, melainkan juga oleh audiens. Identitas digital seorang figur publik dapat dipengaruhi oleh persepsi, komentar, dan stigma yang dibangun melalui interaksi daring. Proses ini sejalan dengan logika media sosial yang memprioritaskan keterlibatan emosional dan interaksi cepat, sehingga memperbesar peluang replikasi label secara luas.

Secara teoritis, dinamika ini dapat dijelaskan melalui teori labeling yang dikemukakan oleh Howard Saul Becker. Becker (2019) berargumen bahwa deviasi sosial bukan semata-mata hasil dari perilaku yang secara objektif menyimpang, tetapi merupakan konsekuensi dari reaksi sosial terhadap perilaku tersebut. Dengan kata lain, penyimpangan adalah hasil dari proses sosial yang memberi makna tertentu pada suatu tindakan. Ketika seseorang diberi label sebagai "menyimpang" atau "bermasalah", label tersebut dapat mendorong terjadinya *secondary deviance*, yakni kondisi ketika individu menginternalisasi label tersebut dan mulai menyesuaikan perilakunya dengan ekspektasi negatif yang melekat padanya.

Dari sudut pandang psikologi, fenomena labelling di media sosial dapat dijelaskan dengan sejumlah teori kontemporer. Fenomena tersebut dapat dijelaskan secara kuat melalui teori *Looking-Glass Self* (Cooley, 1902), yang menekankan bahwa identitas diri terbentuk melalui refleksi atas bagaimana seseorang merasa dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Dalam kasus Eky Priyagung, citra "*Duta Broken Home*" lahir dari cara publik menilai dan memaknai konten yang ia ciptakan, lalu label itu kembali memengaruhi bagaimana dirinya

dipandang, berinteraksi, bahkan membangun identitas digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai cermin kolektif, di mana persepsi publik yang pada awalnya sekadar interpretasi dapat berkembang menjadi identitas sosial yang melekat. Dengan demikian, kasus ini merupakan ilustrasi nyata dari konsep *self-fulfilling prophecy*, di mana penilaian keliru publik akhirnya membentuk realitas yang berpengaruh terhadap perilaku, branding personal, dan konstruksi identitas individu di ruang digital.

Identitas sosial figur publik digital terbentuk melalui kombinasi antara strategi personal branding yang disengaja dan interaksi audiens yang bersifat partisipatif. Dalam teori komunikasi massa dan digital, figur publik dapat menggunakan identitasnya sebagai bentuk komoditas. Ketika label sosial diterima atau bahkan dipelihara, identitas tersebut bisa menjadi bagian dari strategi branding. Hal ini termasuk dalam konsep *self-commodification* atau komodifikasi identitas. Namun, faktor kedua sering kali memiliki pengaruh yang lebih besar, terutama ketika narasi yang beredar memicu keterlibatan emosional yang tinggi. Audiens bukan sekadar penerima pasif, melainkan aktor aktif yang berperan dalam menentukan citra akhir seseorang di ruang publik digital. Dengan demikian, studi ini menjadi signifikan untuk menelaah bagaimana teori labeling dapat diaplikasikan secara relevan dalam memahami pembentukan identitas publik di era teknologi, sekaligus mengungkap mekanisme sosial yang bekerja di balik konstruksi realitas digital.

METODE PENELITIAN

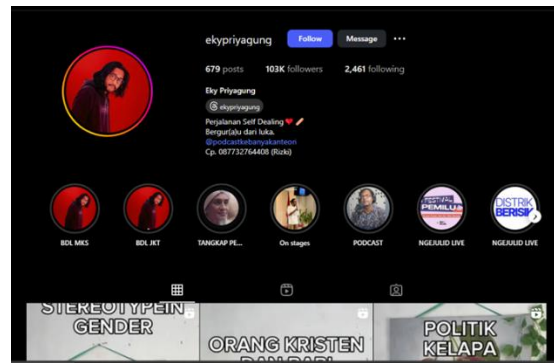
Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif. Menurut Sukmadinata (2019), penelitian deskriptif baik yang menggunakan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena sebagaimana adanya, tanpa melakukan manipulasi variabel. Senada dengan itu, Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan teknik analisis yang dilakukan dengan cara menguraikan atau memaparkan data yang telah diperoleh sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang objek penelitian. Secara umum, metode ini digunakan untuk menyajikan deskripsi menyeluruh terhadap objek yang diteliti, termasuk mengamati dinamika yang terjadi pada masing-masing variabel penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, metode deskriptif dipilih untuk memberikan pemahaman yang utuh mengenai fenomena pelabelan negatif “Duta *Broken Home*” yang dilekatkan pada figur publik Eky Priyagung di platform media sosial Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memetakan bentuk-bentuk interaksi, persepsi publik, dan proses terbentuknya labeling tersebut secara sistematis, sehingga hasilnya mampu merepresentasikan realitas yang terjadi di ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rizki Wahyu Priyagung atau yang lebih dikenal sebagai Eky Priyagung adalah seorang komika dan content creator terkenal. Eky pertama kali dikenal luas oleh publik pada tahun 2022, ketika dia membuat konten tentang tiga rekomendasi agama untuk broken home. Konten tersebut dengan cepat menjadi viral, melambungkan nama Eky dan membuatnya dikenal oleh banyak orang. Sejak saat itu, Eky secara konsisten membuat konten-konten yang mengangkat tema *broken home*. Dia mengaku bersyukur jika banyak orang merasakan hal yang sama seperti yang pernah dia alami, menunjukkan bahwa konten-kontennya berhasil menyentuh dan membantu banyak individu.

Keresahan-keresahan yang dialami Eky justru menjadi jalan baginya untuk dikenal banyak orang. Sejak saat itu, Eky mendapatkan julukan "duta *broken home*" dari masyarakat media sosial. Hal ini karena banyak dari mereka merasa keresahan mereka disuarakan oleh Eky, dan konten-konten yang dibuatnya sejalan dengan apa yang dirasakan para netizen, menciptakan ikatan emosional yang kuat antara Eky dengan pengikutnya.



Gambar 1. Akun Instagram pribadi @ekypriyagung

Akun Instagram pribadi @ekypriyagung adalah platform utama tempat Eky saat ini berfokus sebagai kreator konten. Dengan jumlah pengikut yang telah mencapai 95,3 ribu, Eky telah aktif menggunakan Instagram sejak tahun 2015. Akun yang dikelola langsung oleh Eky ini dikenal luas karena sering membagikan konten-konten yang mengangkat isu "*broken home*", sebuah tema yang sangat dekat dengannya. Konsistensi dalam menyuarakan keresahan dan pengalaman terkait topik tersebutlah yang pada akhirnya membuat Eky dijuluki sebagai "duta *broken home*" oleh para pengikutnya.

Selain aktif mengunggah konten di feed Instagram, Eky juga secara rutin memanfaatkan fitur *Instastory* dan *Highlight* untuk berinteraksi dengan pengikutnya. Konten yang dia bagikan di *Instastory* umumnya berkaitan dengan unggahan utama di *feed* nya, kegiatan sehari-hari, serta interaksi langsung dengan para pengikut. Eky sering mengadakan sesi tanya jawab melalui *Instastory* dan membagikan pesan-pesan yang dia terima melalui *Direct Message* (DM) di Instagram.

Dengan pendekatan ini, Eky tidak hanya menyajikan konten yang menarik, tetapi juga berhasil membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan audiensnya. Fitur *Instastory* ini memungkinkan Eky untuk berkomunikasi secara real-time dengan penggemarnya, sehingga memperkuat keterikatan dan engagement antara dirinya dan para pengikut di media sosial.

Eky sangat menjaga hubungannya dengan para pengikutnya di Instagram karena dia menyadari betapa pentingnya hal tersebut. Memelihara hubungan yang baik dengan followers menciptakan timbal balik yang positif, di mana para pengikut sering kali menjadi sumber inspirasi untuk konten baru. Ketika seorang creator mengalami kebuntuan dalam membuat konten, interaksi dengan *followers* dapat memberikan ide-ide segar dan inovatif. Eky setiap hari berusaha untuk berinteraksi dengan pengikutnya melalui berbagai cara, seperti komentar, *live Instagram*, dan *direct message*. Menjalin dan menjaga hubungan dengan pengikutnya sangat penting karena ini berdampak langsung pada labeling yang dia dapatkan.

Proses Labeling Eky Priyagung sebagai Duta Broken Home

Dalam aspek proses labeling yang diterima oleh Eky sebagai duta broken home dan hasil wawancara mendalam dengan Eky, terungkap bahwa pembuatan konten tentang *broken home* di platform media sosialnya jauh melampaui sekadar hiburan atau pencarian popularitas. Sebaliknya, konten tersebut bertransformasi menjadi sebuah wadah rekonsiliasi emosional bagi Eky sendiri. Hal ini mengindikasikan adanya proses internalisasi dan penerimaan diri yang mendalam. Dia tidak lagi memandang *broken home* sebagai sebuah kekurangan atau trauma yang harus disembunyikan, melainkan sebagai bagian tak terpisahkan dari narasi kehidupannya. Perspektif ini merepresentasikan sebuah pergeseran kognitif dan emosional dari posisi korban menjadi individu yang proaktif dalam mengolah dan mengintegrasikan pengalaman masa lalunya. Dalam kerangka psikologi positif, tindakan Eky ini dapat diartikan sebagai *post-traumatic growth*, di mana individu mampu menemukan makna dan pertumbuhan positif dari pengalaman sulit.

Menariknya, dari respons positif audiens terhadap konten-kontennya, terutama konten viral tentang rekomendasi agama, muncul sebuah label baru yang diberikan oleh netizen: "duta *broken home*." Eky menjelaskan bahwa label ini berawal dari netizen yang merasa kontennya sangat relevan (*relate*) dengan apa yang mereka rasakan. Pemberian label ini oleh audiens merupakan indikasi kuat bahwa Eky telah berhasil membangun koneksi emosional yang mendalam dengan pengikutnya. Label "duta" menyiratkan pengakuan publik terhadap peran Eky sebagai representasi, juru bicara, atau bahkan pemimpin bagi mereka yang memiliki pengalaman serupa. Ini adalah sebuah proses labeling yang bersifat positif dan memberdayakan, berbeda dari labeling yang umumnya diasosiasikan dengan stigma. Dalam hal ini, audiens secara aktif berpartisipasi dalam pembentukan identitas publik Eky, menjadikannya figur yang diakui dalam isu broken home.

Konten Eky sebenarnya fokus pada "berproses". Artinya, Eky tidak cuma cerita soal *broken home*-nya, tapi juga berbagai hal lain. Ini membuat kontennya bukan cuma pengalaman pribadi Eky, tapi jadi pengalaman bersama banyak orang. Lewat fitur *story* di media sosialnya, Eky sering menjawab pertanyaan tentang kisahnya. Banyak juga pengikutnya yang balas cerita pengalaman broken home mereka sendiri. Ini menunjukkan kalau Eky berhasil membuat komunitas daring di mana orang-orang yang senasib merasa dimengerti dan tidak sendirian. Konten Eky jadi seperti pemicu orang untuk berani cerita dan saling mendukung. Saat seseorang berbagi kisahnya dan tahu ada orang lain yang merasakan hal sama, beban di hati bisa berkurang.

Munculnya julukan "duta *broken home*" makin menguatkan peran Eky. Dia jadi pusat bagi komunitas ini. Eky tidak hanya memberi saran praktis (seperti rekomendasi agama), tapi juga memberikan dukungan emosional yang sangat dibutuhkan. Jadi, konten Eky bukan hanya cerminan perjalanan pribadinya, tapi juga penggerak penting bagi banyak orang untuk menghadapi dampak dari broken home secara bersama-sama.

***Self - Fulfilling Prophecy* Mempengaruhi Labeling Duta Broken Home Eky Priyagung dalam Perspektif Psikologi**

Fenomena *self-fulfilling prophecy* terlihat jelas dalam perjalanan Eky sebagai "duta broken home", di mana label yang diberikan oleh netizen secara tidak langsung membentuk dan mengarahkan tindakannya serta identitas publiknya. Eky sendiri mengakui bahwa dia tidak memiliki target audiens spesifik saat memulai. Namun, ketika label "duta *broken home*" muncul dari audiens yang merasa terhubung dengan kontennya, label tersebut menjadi "kacamata" bagi Eky dalam melihat dan merespons berbagai tren. Proses ini menggambarkan bagaimana ekspektasi sosial yang terwujud dalam sebuah label, memengaruhi perilaku

individu. Eky tidak hanya menerima label tersebut, tetapi juga menginternalisasinya sebagai panduan kreatif.

Dari perspektif psikologi sosial, fenomena pelabelan di media sosial dapat dipahami melalui lensa teori *Looking-Glass Self* yang dikemukakan oleh Charles Horton Cooley (1902). Teori ini menegaskan bahwa identitas diri tidak hanya lahir dari refleksi internal, tetapi juga merupakan hasil interaksi sosial, khususnya dari cara seseorang meyakini dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Dengan demikian, proses pembentukan jati diri bersifat dialogis, di mana individu senantiasa menegosiasikan makna dirinya melalui interpretasi publik.

Dalam konteks media sosial, mekanisme ini bekerja dengan intensitas yang lebih tinggi karena interaksi berlangsung secara masif, cepat, dan dapat diakses oleh khalayak luas. Kasus Eky Priyagung sebagai “Duta Broken Home” memperlihatkan bagaimana label publik lahir bukan dari deklarasi pribadi, melainkan dari konstruksi kolektif audiens yang menafsirkan konsistensi narasi konten yang ia bagikan. Publik memaknai pengalamannya melalui lensa tertentu, kemudian mempertegas label tersebut hingga membentuk citra digital yang melekat.

Label yang tersemat kemudian tidak berhenti pada ranah persepsi, melainkan turut memengaruhi bagaimana Eky dipandang, berinteraksi, bahkan membangun strategi identitas digitalnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai “cermin kolektif” yang tidak hanya merefleksikan pandangan publik, tetapi juga membentuk realitas baru yang memengaruhi perilaku individu. Dengan kata lain, identitas yang pada awalnya hanya interpretasi publik dapat bertransformasi menjadi bagian nyata dari jati diri seseorang.

Fenomena ini sejalan dengan konsep *self-fulfilling prophecy* yang diperkenalkan oleh Robert K. Merton (1948), yakni situasi di mana keyakinan awal yang keliru justru mendorong perilaku yang mengarah pada terwujudnya keyakinan tersebut. Dalam kasus Eky Priyagung, pelabelan “Duta Broken Home” yang awalnya muncul sebagai lelucon atau interpretasi audiens, justru berperan dalam membentuk realitas sosial yang memengaruhi branding personal dan konstruksi identitasnya di ruang digital. Dengan demikian, media sosial tidak sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena pembentukan identitas yang dinamis, di mana persepsi publik dapat bertransformasi menjadi kenyataan psikologis dan sosial.

Meskipun Eky menyatakan tidak terlalu memikirkan imej dan hanya berfokus pada apa yang dia resahkan, serta mengakui adanya perbedaan antara dirinya di media sosial dan kehidupan nyata, label “duta broken home” mendorongnya untuk tetap berusaha dan konsisten. Dorongan ini muncul karena membuat konten telah menjadi pekerjaannya, yang menuntut adanya “sedikit effort” untuk terus berkarya. Ini adalah bukti nyata bagaimana ekspektasi eksternal yang diwujudkan melalui label dapat mendorong individu untuk menampilkan konsistensi yang mungkin tidak secara inheren ada pada diri mereka.

Dampak positif dari *self-fulfilling prophecy* ini juga tercermin dari peluang yang didapatkan Eky. Label “duta broken home” telah membukakan pintu baginya untuk terlibat dalam berbagai acara terkait isu broken home. Ini menunjukkan bahwa pengakuan publik atas perannya telah memberikan validasi dan platform yang lebih besar untuk menyuarakan pengalaman dan pandangan tentang broken home, melampaui media sosial pribadinya. Meskipun Eky mengakui belum memiliki strategi seimbang antara kehidupan pribadi dan media sosial, dan bahkan merasa lebih banyak memikirkan konten karena menjadikannya sebagai wadah “terapi,” tantangan ini menjadi bagian dari proses yang membentuk citra dirinya yang adaptif. Dia juga menunjukkan kematangan dalam menjaga privasi, di mana dia memutuskan kapan dan apa yang akan dibagikan, termasuk cerita broken home nya yang dulunya tidak pernah diungkap. Sikap cueknya terhadap tuntutan pengikut juga menunjukkan

kontrol diri dalam menjaga integritas identitas yang ingin dibangun, yang pada akhirnya akan membuat audiens mengerti bagaimana sosok Eky yang sebenarnya.

Dengan demikian, label "duta broken home" yang muncul dari audiens telah bertindak sebagai sebuah prophecy yang pada akhirnya terwujud dalam tindakan dan dampak nyata bagi Eky. Label tersebut tidak hanya membentuk arah kontennya, tetapi juga memengaruhi perilaku, konsistensi, dan kesempatan yang dia dapatkan, menjadikan Eky sosok yang diakui dan relevan dalam isu broken home di mata public.

KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomena pelabelan di ruang digital tidak dapat dipandang sekadar sebagai sebutan, melainkan sebagai proses sosial yang berperan penting dalam pembentukan identitas individu. Ketika suatu label dilekatkan melalui interaksi publik di media sosial, ia dapat memperkuat konsistensi narasi, membangun komunitas yang saling mendukung, sekaligus menggeser stigma menjadi ruang advokasi bersama. Hal ini sejalan dengan teori *Looking-Glass Self*, yang menjelaskan bahwa identitas diri terbentuk melalui refleksi atas persepsi orang lain. Kasus Eky Priyagung dengan label "Duta Broken Home" menunjukkan bagaimana konstruksi kolektif publik tidak hanya mencerminkan persepsi, tetapi juga membentuk citra digital yang kemudian memengaruhi perilaku, strategi komunikasi, dan personal branding individu. Dengan demikian, pelabelan di media sosial dapat dipahami sebagai bentuk konkret dari mekanisme *self-fulfilling prophecy*, di mana ekspektasi publik yang awalnya bersifat interpretatif justru menciptakan realitas sosial baru yang berdampak signifikan terhadap perkembangan identitas, peluang, serta pengaruh seseorang dalam mengangkat isu-isu sosial di era digital. Karena itu, pembuat konten sebaiknya melihat pelabelan sebagai peluang untuk membangun citra positif, membagikan pesan yang autentik dan konsisten, menciptakan ruang inklusif, serta menjadikan label tersebut sebagai energi untuk terus memperluas jangkauan dan memperkuat advokasi di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Aditiyawarman, K., & Rositawati, S. (2018). Pengaruh Self-Fulfilling Prophecy Terhadap Self-Efficacy Murid Level 1 Di Tempat Les X di Bandung. Prosiding Psikologi.
- Almadi, S. (2022). *The meta-narrative of self-fulfilling prophecy in the different research areas*. Society and Economy, 251-269.
- Becker, Howard S (2019). Sosiologi Penyimpangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. (2020). The Social Construction of Reality. Unites States: Anchor Book.
- Choiriyati, W. (2014). Self Fulfilling Prophecy Dalam Jurnalisme Bagi Elektabilitas Kandidat Politik. Komunikasi.
- Cooley, C. H. (1902). Human Nature and Social Order. New York, NY: C. Scribner's Son.
- Mappaselleng, N. F., & Kadir, Z. K. (2017). Kriminologi: Esensi dan perspektif arus utama. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Marwick, A. & boyd, d. (2011). Social media and the networked public: How digital culture is reshaping identity. Journal of Communication, 61(3), 302-318.
- Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *The Antioch Review*, 8 (2), 193-210.
- Narwoko, J. D., & Suyanto, B. (2011). Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan. Jakarta : Kencana.

- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48-61.
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet,12. Bandung: remaja Rosdakarya.
- Supatmi, M. S., & Sari, H. P. (2007). *Dasar-Dasar Teori Sosial Kejahatan*. Jakarta: PTIK Press.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Global overview report*. Jakarta., Available at <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>