

ABSTRAK

Kegiatan *body shaming* kerap terjadi pada wanita di media sosial *Instagram* sehingga menjadi topik yang ramai diperbincangkan. Definisi *body shaming* menurut *YourDictionary* menyatakan, “*body shaming is a practice of making critical, potentially humiliating a comments about a person’s body size or weight*”. Dapat diartikan bahwa, *body shaming* merupakan tindakan memperlakukan tubuh dengan membuat komentar dan kritikan memalukan tentang ukuran atau berat badan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk kampanye dari Maria Rahajeng sehingga dapat diharapkan menjadi acuan *perspective*/pandangan setiap wanita yang menjadi korban dari *body shaming* sekaligus untuk mengurangi bahkan menghentikan *body shaming* yang sedang marak dilakukan melalui media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigms post-positivisme. Hasil penelitian ini adalah bentuk kampanye *#stopbodyshaming* di media sosial *Instagram* pada akun *@mariarahajeng* menggunakan Tiga/*Triple* Aspek tujuan kampanye media sosial yang meliputi *Attitude, Awareness* dan *Action*.

Kata Kunci: Media Sosial *Instagram*, *Body Shaming*, Konten Kampanye *#stopbodyshaming* melalui media sosial *Instagram* pada akun *@mariarahajeng*.