

FENOMENOLOGI OBJEKTIFIKASI SEKSUAL PADA WANITA PENGGUNA TIKTOK DAN INSTAGRAM

ANDINI RIZKA MARIETHA, DESVITA NAJWARANI, FATYA PUTRI
ALMUTTAQIN, FELITA EKA NOVIANTI, JESSLYN SIHOTANG,
RORO RETNO WULAN

Universitas Telkom

E-mail : rorowoelan@telkomuniversity.ac.id

DOI:

Article Info

Article history:
Received : 22-10-2021
Revised : 08-03-2022
Accepted : 15-06-2022

ABSTRACT

Sexual objectification is someone whose body parts are separate - the eyes are used as objects for sexual use. This research uses objectification theory and symbolic interaction as grounding theory. This study uses a phenomenological approach with a qualitative descriptive method. Interviews were conducted using online media in the form of virtual meet Zoom due to limited distances and adjusting health protocols during the Covid-19 pandemic. Sexual objectivity does exist and has often happened. Publicity of sexual objectification towards women is not a natural thing because this action can harm certain parties, therefore in today's digital era it is important to be eliminated and its badness is recognized by society in order to achieve equality. Already consider social media as a means for women as media users if they have to prioritize them for media content, especially the moral values of society.

Keywords: Sexual, Objectification, Women

ABSTRAK

Objektifikasi seksual adalah seseorang yang bagian tubuhnya terpisah - mata digunakan sebagai objek untuk penggunaan seksual. Penelitian ini menggunakan teori objektifikasi dan interaksi simbolik sebagai landasan teori. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dengan metode deskriptif kualitatif. Wawancara dilakukan menggunakan media online berupa virtual meet Zoom karena keterbatasan jarak dan penyesuaian protokol kesehatan selama masa pandemi Covid-19. Objektivitas seksual memang ada dan sudah sering terjadi. Publisitas objektifikasi seksual terhadap perempuan bukanlah hal yang wajar karena tindakan ini dapat merugikan pihak-pihak tertentu, oleh karena itu di era digital sekarang ini penting untuk dihilangkan dan diakui keburukannya oleh masyarakat demi tercapainya kesetaraan. Sudah selayaknya diasumsikan sebagai saran bagi perempuan sebagai pengguna media sosial jika mereka harus memprioritaskan niat mereka untuk konten media, terutama nilai moral masyarakat.

Kata kunci: seksual, objektifikasi, perempuan, fenomenologi

PENDAHULUAN

Penampilan perempuan nampaknya sudah menjadi hal yang biasa jika dijadikan bahan candaan dan pembicaraan secara umum. Padahal di sisi lain objektifikasi perempuan dan anggota tubuhnya dapat membuat korban menderita tekanan mental. Objektifikasi seksual adalah seseorang yang bagian tubuhnya terpisah dari keberadaannya bukan secara utuh dan pada dasarnya memandang perempuan sebagai objek untuk memuaskan hasrat seksual laki-laki (*Szymanski, Moffit, and Caar, 2011*); (Calogero, 2012). Objektifikasi seksual terhadap perempuan sudah ada jauh sebelum media sosial ada. Sebelumnya, objektifikasi seksual terhadap perempuan dilakukan dalam bentuk lain seperti di media massa dan terutama TV. Seiring perkembangan zaman, media sosial pun hadir. Relasi pun berubah dari relasi yang tatap muka menjadi lebih banyak relasi melalui media internet. Saat ini seiring dengan maraknya penggunaan media social, maka media sosial menjadi salah satu tempat objektifikasi seksual perempuan dan sifatnya lebih privat. Karena pesan dikirimkan melalui pesan privat maka pesan-pesan yang disampaikan tentunya memberikan dampak kuat terhadap penerimanya.

Media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat dalam beberapa tahun terakhir adalah Instagram dan TikTok. Sebanyak 1 milyar pengguna Instagram (IG) dan 625 juta pengguna TikTok sejak 2020 dicatatkan oleh Katadata.com. pengguna ini akan terus meningkat seiring dengan makin meningkatnya kebutuhan pengguna terhadap kedua media social ini. Di Indonesia menurut IDN Times sebanyak 19,8% pengguna perempuan, sedangkan 17,5 persen merupakan laki-laki. Dengan lebih banyaknya pengguna perempuan di IG maka kasus objektifikasi kemungkinan akan bertambah dari kondisi yang dilaporkan. Fitur-fitur yang ada media sosial membuat orang mudah untuk mengobjektifikasi wanita secara seksual dengan berkomentar dan juga dalam obrolan pribadi atau pesan langsung (*Direct Message/DM*).

Dalam hal ini, kebanyakan orang mengomentari sebuah postingan (video atau foto) hanya menurut perspektifnya. Mereka mengutarakan semua pikiran dan opininya tanpa melihat konteks yang dibuat oleh pemilik akun. Bahkan di beberapa kasus, para pemilik akun mendapatkan komentar-komentar yang bernada seks. Dengan komentar seksual memberikan dampak buruk bagi para korbannya. Beberapa korban memiliki gangguan kesehatan mental, gangguan makan, dan juga gangguan objektifikasi diri.

Dikutip dari detik.com, ada kasus perempuan yang dilecehkan oleh pacarnya sendiri. Pacarnya membagikan foto dirinya yang tidak pantas ke media sosial. Dalam ancamannya sang pacar mengatakan bahwa anak laki-laki akan memimpikannya. Ancaman terakhir adalah wujud komentar seksual yang selalu muncul jika muncul postingan yang menjurus atau mengarah kepada hal-hal berbau seksualitas. Kondisi inilah yang ingin diteliti lebih lanjut karena salah satu faktor sulitnya membongkar relasi kuasa gender dalam masyarakat patriarki ini adalah dominasinya yang seringkali tidak disadari oleh masyarakat. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas ini menjadi kewajiban kita bersama.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana informan memahami objektifikasi seksual dan melaporkan adanya objektifikasi seksual sebagai pengguna Tiktok dan Instagram melalui studi fenomenologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Objektifikasi

Apa itu objektifikasi? Menurut Calogero (2012) Teori objektifikasi pada awalnya dipelopori oleh Barbara Fredrickson & Tomi-Ann Roberts (1970), teori ini bertujuan untuk menunjukkan dan menjelaskan kecenderungan umum yang mengasosiasikan wanita dengan tubuh mereka yang dapat menyebabkan hasil negatif untuk citra dari tubuh wanita. Calogero juga menjelaskan bahwa teori objektifikasi tidak mencoba menjelaskan penyebab objektivitas terhadap perempuan, tetapi teori ini mencoba menjelaskan konsekuensi psikologis bagi wanita dan perempuan jika mereka melihat diri mereka sebagai 'tubuh' dan bukan manusia. Fredrickson & Roberts dalam (Szymanski et al., 2011) menyatakan bahwa “Teori objektifikasi juga memberikan kerangka kerja untuk memahami pengalaman menjadi perempuan dalam konteks sosiokultural yang secara seksual mengobjektifikasi tubuh perempuan”.

Objektifikasi seksual terjadi ketika seseorang melihat seorang wanita secara terpisah antara tubuhnya dan dirinya sebagai pribadi (Harris et al., n.d.; Szymanski et al., 2011). Fredrickson & Roberts dalam (Harris et al., n.d.) menjelaskan ketika perempuan di objektifikasi, mereka diperlakukan sebagai objek, dengan tujuan utama mereka adalah untuk penggunaan dan kesenangan orang lain. Orang-orang mengenang pria karena prestasinya dalam perang dan keberaniannya, sedangkan

wanita dikenang karena kecantikannya & kontrolnya terhadap orang lain dengan mengobjektifikasi tubuhnya (Balraj et al., 2015). Agar terlihat sukses atau berharga, wanita perlu menunjukkan kualitas diri yang baik, jika wanita tidak dapat menunjukkan kualitas diri yang baik, mereka akan dianggap tidak mampu mengungguli pria (Verasatiwi & Wulan, 2018).

Koze dkk. dalam (Harris et al., n.d.) menyatakan bahwa “komentar seksual, tatapan objektivitas, evaluasi tubuh, dan rayuan seksual yang tidak diinginkan adalah semua contoh objektifikasi seksual selain gambar media yang dilihat”. Menurut American Psychological Association (APA), seksualisasi terjadi ketika (a) nilai seseorang ditentukan terutama atau hanya dari daya tarik atau perilaku seksualnya, dengan mengesampingkan karakteristik lain; (b) seseorang berpegang pada standar yang menyamakan daya tarik fisik yang didefinisikan secara sempit dengan menjadi seksi; (c) seseorang menjadi objek seksual; atau (d) seksualitas dipaksakan secara tidak tepat pada seseorang (Zurbriggen et al., 2007).

Balraj (2015, hal. 70) menyatakan bahwa “media memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran perempuan tentang bagaimana mereka harus atau tidak harus dilihat di depan umum”. Sebagai contoh, studi yang diulas oleh APA mengungkapkan bahwa perempuan di media seperti program televisi, video musik dan lirik, majalah, iklan, video game sering digambarkan dalam perilaku seksual dan objektif (Szymanski et al., 2011). Dengan demikian, budaya pop yang ditampilkan perempuan dalam video klip musik, digunakan untuk eksploitasi erotis atau cenderung menampilkan sisi sensual untuk menarik perhatian (Wulan, 2014). Pada akhirnya masyarakat diminta untuk menormalisasi kondisi objektifikasi tersebut sebagai sebuah hal yang lumrah.

Selain itu, perempuan di media sering menjadi fokus dari komentar seksis, komentar seksual, dan male gaze. Postingan perempuan menjadi bahan objektifikasi sehingga pada ujungnya konten ini dapat direndahkan dan dijadikan objek melalui perayaan online penaklukan seksual pria, *slut shaming*, dan seksualisasi wanita, media sosial membantu mempromosikan *rape culture* secara offline (Davis, 2018). Beberapa wanita lebih di objektifikasi, wanita seksual (wanita yang memakai pakaian ketat, pas, atau terbuka) memiliki peluang lebih tinggi untuk di objektifikasi daripada wanita non-seksual, tetapi beberapa orang mengatakan bahwa penampilan dapat

mempengaruhi tingkat atau peluang untuk di objektifikasi, tetapi masih belum jelas penilaian seperti apa yang mengobjektifikasikan mereka (Kellie et al., 2019).

Dari teori ini, terdapat konsekuensi atau dampak bagi perempuan yang mengalami objektifikasi. Perempuan mampu menginternalisasi tekanan dan masalah yang dihadapinya, masalah mereka diabaikan karena terkesan personal, terutama jika menyangkut bentuk tubuh & reproduksi (Wulan, 2019). Menurut Calogero (2012, hlm. 574–575) “para ahli teori feminis berpendapat bahwa pengalaman objektifikasi seksual yang dihadapi oleh anak perempuan dan wanita terakumulasi dari waktu ke waktu, akhirnya mengarahkan mereka untuk menginternalisasi objektifikasi seksual kepada diri sendiri”. Perempuan menyimpan segalanya untuk diri mereka sendiri sampai pada titik mereka tidak mampu atau tidak bisa berbicara sendiri (Wulan, 2019).

Objektifikasi berbahaya ketika wanita mulai menyimpan penilaian ini dan mengobjektifikasi diri mereka sendiri dan melihat diri mereka bukan dari kepribadian mereka tetapi tubuh mereka (Kellie et al., 2019). Objektifikasi diri adalah hasil psikologis perempuan yang hidup di lingkungan yang mengobjektifikasi secara seksual atau ketika perempuan terpapar pada sikap seksis (Calogero, 2012; Meringolo et al., 2017). Terutama untuk perempuan, perempuan yang di objektifikasi dipandang kurang sebagai manusia seutuhnya, memiliki pikiran yang kurang, kurang layak mendapatkan perlakuan moral dari orang lain dan perempuan yang di seksualisasi juga dipandang kurang dalam kapasitas mental, moral dan dipandang kurang manusiawi & kompeten (Kellie et al., 2019).

Dari perspektif teori objektifikasi (Calogero, 2012) memiliki tubuh perempuan dalam budaya atau lingkungan hiperseksual yang selalu mengobjektifikasi tubuh perempuan secara seksual dapat mengakibatkan pengalaman emosional perempuan. Dan ketika wanita mengambil perspektif orang ketiga pada tubuh mereka sendiri, dan kemudian mereka mengobjektifikasi diri, ada peluang lebih besar untuk menghadapi kesulitan interpersonal & intrapersonal. Ada konsekuensi seperti; rasa malu tubuh, cemas terhadap penampilan dan keamanan, konsentrasi berkurang, depresi, disfungsi seksual, berbagai bentuk gangguan makan, penurunan kesadaran keadaan tubuh internal (Calogero, 2012; Karsay et al., nd; Kellie et al., 2019; Meringolo et al., 2017; Szymanski et al., 2011).

Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik adalah pendekatan teoritis yang membahas bagaimana masyarakat diciptakan dan dipelihara melalui interaksi berulang antar individu (Carter & Fuller, 2015). Istilah interaksionisme simbolik diciptakan oleh Herbert Blumer dan disatukan oleh George Herbert Mead (Griffin et al., 2015). Gagasan utama interaksionisme simbolik adalah bahwa simbol penting bagi perkembangan manusia dan fundamental bagi konsep diri, pikiran, dan keberadaan masyarakat kita. Interaksionisme simbolik membantu kita untuk memperoleh informasi, memahami pengalaman, berbagi perasaan dan mengenal orang lain (Redmond, n.d.). Konsep Mead tentang diri cermin adalah "citra diri mental yang dihasilkan dari mengambil peran orang lain" (Griffin et al., 2015, hlm. 58).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metode deskriptif kualitatif. Fenomenologi berasal dari pemikiran Edmund Husserl (1859-1938), yang kemudian dijadikan dasar pemikiran untuk melakukan penelitian dalam bidang ilmu-ilmu sosial, pengalaman, dan perilaku manusia (Kuswarno, 2006) dan sebuah 'metode kualitatif' adalah istilah luas yang dapat diterapkan pada berbagai pendekatan penelitian yang memiliki asal-usul teoritis dalam berbagai disiplin ilmu termasuk antropologi, sosiologi, filsafat, psikologi sosial, dan linguistik (Moriarty, 2011). Kuswarno (2006) menjelaskan bahwa peneliti mengumpulkan fakta berdasarkan pengalaman orang yang mengalaminya secara langsung dan peneliti mengembangkan data refleksi diri dalam mengembangkan penjelasan hasil penelitiannya. Seiring dengan digunakannya metode ini maka peneliti menggunakan dua teori utama yaitu Teori Objektifikasi dan Teori Interaksionisme Simbolik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mewawancarai sebanyak lima orang informan yang memiliki pengalaman pribadi sebagai perempuan yang mengalami fenomena sosial berupa objektivitas seksual di media sosial TikTok dan Instagram. Wawancara dilakukan menggunakan pertemuan berbasis online guna menaati protokol kesehatan saat pandemi Covid-19 pada tanggal 6-10 Mei 2021. Informan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima orang dengan kriteria wanita yang memiliki pengalaman menjadi objek seksual di media

sosial TikTok dan Instagram. Wawancara dalam penelitian ini dipandu secara bebas dimana pewawancara telah menyiapkan pertanyaan pokok dan pertanyaan yang bergantung pada jawaban informan (pertanyaan bersyarat). Sebelum wawancara dimulai, pewawancara terlebih dahulu menyampaikan etika penelitian informan berupa manfaat penelitian, persetujuan informan setelah penjelasan, serta kerahasiaan dan anonimitas informan sesuai prosedur.

Disadari bahwa pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif dan bukan dikonstruksi oleh peneliti. Konteks-konteks yang bermakna menjadi tema-tema dalam penelitian ini. Setelah wawancara, peneliti menganalisis data sesuai dengan prosedur penting dalam wawancara kualitatif. Pertama, data yang diperoleh dari wawancara akan dipelajari lebih lanjut dengan menggunakan transkrip wawancara agar tidak terjadi kesalahan dengan mengenai apa yang disampaikan oleh informan. Selanjutnya peneliti menginventarisasi pernyataan-pernyataan penting yang relevan dengan topik dari hasil transkripsi. Sampai pada tahap terakhir yaitu gugus makna, peneliti mengelompokkan pernyataan-pernyataan ke dalam tema-tema, dan mengesampingkan pernyataan-pernyataan yang diulang-ulang, pada tahap ini peneliti perlu menulis deskripsi tentang apa yang dialami individu (deskripsi tekstural) dan menuliskan bagaimana fenomena tersebut dapat terjadi. dialami oleh informan (deskripsi struktural) (Creswell & Poth, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Pemahaman Informan Terhadap Objektifikasi Seksual

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima subjek penelitian dapat diketahui bahwa pemahaman informan (TF, AL, GP, RW, dan GA) tentang objektifikasi seksual telah tercapai. Informan mendefinisikan tindakan objektifikasi seksual terhadap perempuan sebagai tindakan yang dilakukan oleh lawan jenis untuk menjadikan salah satu bagian tubuh perempuan sebagai objek seksualnya meskipun tidak ada upaya atau sikap yang dilakukan oleh pengguna perempuan di TikTok atau Instagram untuk mengarah pada hal tersebut dan tentu saja menganggap bahwa ini adalah tindakan tekad. dua (AL dan GP) dari empat informan menyatakan bahwa pihak-pihak yang dapat dirugikan dalam peristiwa ini sebenarnya bukan hanya korban tetapi juga pelaku sebenarnya dapat dirugikan jika diusut lebih dalam yaitu jika pelaku terus

mempertahkannya, maka mereka akan mendapatkan citra buruk di masyarakat karena terkadang pelaku mempublikasikan tindakannya melalui komentar atau bentuk publisitas lainnya dan pelaku berisiko memiliki kebiasaan buruk yang disampaikan oleh kedua informan (AL dan GP) sebagai “pikiran kotor”. Informan menggunakan beberapa kata kunci yang menjelaskan secara singkat pengertian objektifikasi seksual, seperti penggunaan kata “catcalling” yang diperjelas dengan penjelasan berupa catcalling yang secara tidak adil mengkhhususkan pada tubuh wanita dan penggunaan kata "sadar atau tidak sadar" untuk menggambarkan keadaan pelaku saat melakukan objektifikasi. Sehingga dapat disimpulkan jika definisi objektifikasi seksual bagi informan termasuk hal-hal negatif yang mereka terima dari pengguna media sosial khususnya laki-laki terhadap perempuan menyangkut bentuk tubuh atau akan penilaian kecantikan.

Fredrickson dan Roberts menjelaskan bahwa ketika perempuan di objektifikasi, mereka diperlakukan sebagai objek, dengan tujuan utama mereka adalah untuk penggunaan dan kesenangan orang lain (Harris et al., 2015). Pernyataan tersebut menjelaskan tentang definisi perlakuan objektifikasi seksual terhadap perempuan yang menitikberatkan pada peran perempuan sebagai objek saja. Ini jelas melanggar eksistensi perempuan sebagai manusia yang memiliki hak untuk dihormati dan memiliki peran besar sebagai subjek masyarakat lebih dari sekadar objek. Sebagai subjek masyarakat, perempuan harus dipercaya untuk menciptakan perubahan bagi masyarakat atau menjadi tokoh revolusioner dalam segala aspek termasuk aspek hiburan. Namun dalam hal menghibur atau hiburan maupun kreasi maka perempuan tidak boleh menjadi dan dianggap hanya sebagai objeknya tetapi harus menjadi subjek untuk menciptakan kreasi dan kreativitas baru, mengingat hiburan maupun pertunjukan juga termasuk sebagai seni sehingga respon masyarakat yang tepat terhadap keberadaan perempuan dalam menghibur harus lebih fokus pada penciptaan daripada penampilan perempuan.

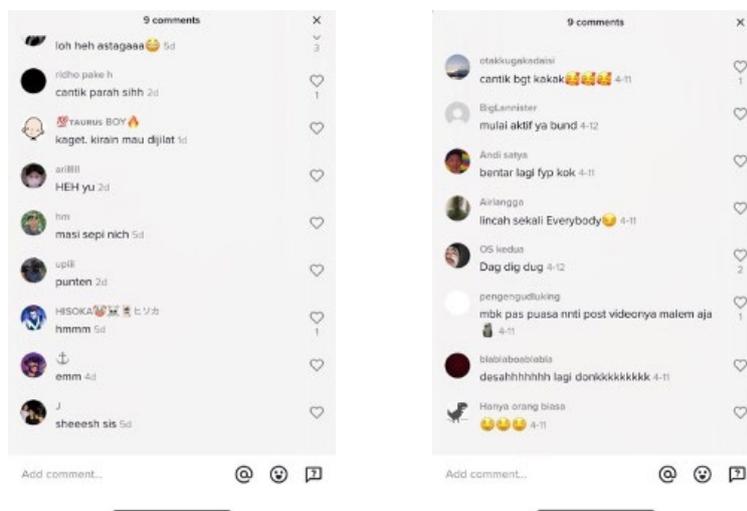
Tabel 1: Pemahaman Informan Terhadap “Objektifikasi Seksual”

Informan	Pengertian terhadap Objektifikasi Seksual
AL	<i>“Mengarah kepada orang lain dan dilakukan dengan sadar ataupun tidak sadar”</i>

TF	<i>“Menurut aku, seksualisasi lebih ke catcalling, tapi dalam bentuk tidak wajar atau tidak senonoh, seperti memfokuskan ke suatu tubuh wanita.”</i>
GP	<i>“Ni misalnya aja nih eee kaya “wah enak nih dipake” gitu”</i>
GA	<i>“Menurut aku kalau misalkan cewe, cewe bikin sesuatu yang belum tentu niat nya untuk dijadikan objek, cuman cowo-cowo tuh kaya komen nya..komen nya tuh mengarah-arah ke yang arah-arah seksual gitu atau ga bahkan cuman dengan nunjukin ke temen nya, itu udah objek seksual kan? menurut aku”</i>

2. Analisis Pengalaman Informan Terhadap Objektifikasi Seksual

Dua (TF dan GA) dari empat informan kami menyatakan pernah mengalami objektifikasi seksual melalui TikTok, satu (AL) dari empat informan menyatakan pernah mengalaminya di Instagram, dan satu (GP) di antaranya menyatakan pernah mengalaminya. pada kedua aplikasi. Berdasarkan pernyataan informan bahwa setiap tindakan objektifikasi seksual yang diterima sesuai dengan bentuk konten yang mereka bagikan, jika melalui aplikasi TikTok, pelaku selalu mengomentari “gemetar” yang mereka tampilkan atau fokus pada bentuk tubuh yang mereka anggap “pantas” untuk dijadikan objek seksual dalam video goyangan TikTok yang mereka bagikan sedangkan di aplikasi Instagram biasanya informan mendapatkan respon berupa objektivitas seksual dari isi foto diri yang dibagikan, sehingga bagi informan yang mengalami ini di kedua aplikasi menyatakan bahwa mereka mendapat respon dari konten video dan foto.



Gambar 3. Bagian komentar yang berisi tanggapan objektifikasi seksual

Tiga (AL, TF, dan GP) dari empat informan menyatakan bahwa kesalahan dalam menjadikan perempuan sebagai objek seksual terletak pada komentator yang memberikan tanggapan berupa objektivitas seksual, bukan pembuat konten karena sesuai dengan pengalamannya adalah bahwa mereka selalu menggunakan pakaian kebesaran untuk membuat konten tarian dan tidak pernah berpose yang bertujuan seperti hanya menunjukkan ekspresi tersenyum atau hanya berdiri tetapi masih ada pria yang mengobjekkannya sebagai objek seksual. Namun ada seorang informan (GA) yang menyatakan bahwa kesalahan dalam objektifikasi seksual juga bisa terletak pada pembuat konten karena menurut pengalamannya terkadang dalam beberapa kesempatan ia sengaja berpose untuk menunjukkan keseksiannya sebagai seorang wanita sehingga menunjukkan bahwa Motivasi tindakan objektifikasi seksual terhadap perempuan juga bisa datang dari pembuat konten dan komentator yang mengobjektifikasi.

Bentuk objektifikasi seksual yang dialami oleh dua (AL dan GP) dari empat informan kami berupa pernyataan langsung dan dua dari empat informan (TF dan GA) tidak langsung. Pernyataan langsung biasanya berupa penggunaan kata-kata yang merujuk pada aktivitas seksual dan pernyataan tidak langsung berarti pernyataan yang menganalogikan salah satu bentuk tubuh wanita yang diobjektifkan dengan bentuk suatu objek atau menganalogikan aktivitas seksual dengan bentuk aktivitas yang mengandung ambiguitas. Selain itu, informan juga menyatakan bahwa tindakan objektifikasi seksual yang mereka terima selalu berasal dari akun media sosial palsu atau orang yang tidak dikenal dan dua (TF dan GA) dari empat informan biasa mendapat tanggapan berupa objektifikasi seksual melalui pesan langsung, seorang informan (AL) dari empat informan melalui komentar, dan satu (GP) dari empat informan melalui keduanya melalui. Informan yang mendapatkan respon melalui DM(*Direct Message*) menyatakan sering mendapat pernyataan berupa objektivitas seksual secara langsung sedangkan informan yang mengalami melalui komentar biasanya mendapatkan respon yang berisi pernyataan objektivitas seksual secara tidak langsung.

Penggunaan media sosial ditakdirkan untuk mencapai kepuasan pribadi. Hal ini berkaitan dengan teori kegunaan dan gratifikasi. Penulis berpendapat bahwa sebagian besar teori yang digunakan dalam penelitian media sosial meliputi teori

pemrosesan informasi sosial, teori kegunaan dan gratifikasi, teori manajemen hubungan, teori agenda setting atau framing, dan teori difusi inovasi (Ozgen & Turkoglu, 2019). Teori *Uses and gratification* menyatakan jika orang menggunakan suatu media untuk mencapai suatu gratifikasi pada akhirnya dan bersifat atau dilakukan secara pribadi. Sayangnya, kebebasan yang diberikan media sosial bagi penggunaannya, seringkali disalahgunakan oleh orang-orang. Kritik populer terhadap media sering menunjukkan bahwa mereka kecanduan sensasionalisme, meremehkan dan menurunkan standar secara umum. Representasi ekstrem dari seksualitas dan kekerasan dikutip sebagai bukti dari tren ini (David, 2014). Mengingat analisis wawancara, informan merasa kesal dan resah terhadap semua tanggapan baik tanggapan langsung maupun tidak langsung karena semuanya masih memiliki tujuan yang sama seperti menjadikan mereka sebagai objek seksual bagi laki-laki. Hal ini menunjukkan jika penggunaan media sosial secara bebas tetap harus memiliki ukuran serta etika komunikasi. Komunikasi yang dilakukan di media sosial dilarang untuk merugikan orang lain, sebenarnya berkaitan dengan fungsi komunikasi, komunikasi akan membahas spesialisasi yang menjalankan fungsi tertentu, dua hal berikut dapat dibedakan secara jelas: (i) pengawasan terhadap lingkungan hidup; (2) hubungan bagian-bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan; (3) transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya (Lasswell, 1948).

Tabel 2: Pengalaman Informan Terhadap “Objektifikasi Seksual”

Informant	Experience	
	Direct	Indirect
AL	“To the point dan langsung directly”	
TF	““aduh, mantep banget goyangannya”, seperti itu, jadi membuat saya merasa malas melihatnya dan pada akhirnya saya memutuskan untuk harus menghapus video tersebut, karena komentarnya banyak yang tidak senonoh seperti itu. Padahal aku pake baju oversize dan tidak memakai pakaian ketat, namun kenapa masih saja di komentar seperti itu”	
GP	“Kalo di Instagram itu bukan komentar di post nya tapi di itu... di DM”	“Ni misalnya aja nih eee kaya “wah enak nih dipake” gitu”

GA		<p><i>“kalau misalnya aku cuman upload video sesuatu yang ga berhubungan sama aku jaged-jaged aja kadang mereka komentanya suka yang aneh-aneh..jadi lama-lama makin kesini mikir keterlaluhan si”</i></p>
----	--	--

3. Analisis Dampak yang Dialami oleh Informan Terhadap Pengalaman Objektivikasi Seksual

Dampak yang dialami oleh tiga orang (AL, TF, dan GP) dari empat informan setelah mendapat tanggapan yang mengobjektifikasi mereka sebagai objek seksual adalah perasaan emosional seperti marah, sedih, takut, bingung, dan terkejut yang terjadi secara bersamaan sehingga seringkali hal ini juga membuat mereka penurunan psikologis dan kegelisahan karena respon terhadap objektivitas seksual yang mereka alami terkadang disertai dengan tindakan mengancam pribadi. Sedangkan untuk satu (GA) dari empat informan yang mengatakan hal tersebut tidak berdampak pada psikologisnya secara total dan tergolong normal karena informan menormalkan tindakan tersebut sebagai bentuk naluri laki-laki terhadap perempuan, juga karena seringnya ia bermesraan. dari tanggapan.

Wanita lebih sering terpapar objektivitas seksual (Harris et al., 2015). Apabila melihat keberadaan *status quo*, perempuan jelas lebih mudah di objekkan secara seksual daripada laki-laki. Namun, hal itu tidak seharusnya menjadi sikap yang dinormalisasi oleh masyarakat, hal ini tetap harus dikategorisasi sebagai pelecehan seksual. Contoh pelecehan seksual termasuk pemijatan yang tidak diinginkan, sentuhan yang tidak pantas, dan tekanan untuk berkencan atau perilaku seksual. Pemaksaan seksual dan perhatian seksual yang tidak diinginkan keduanya melibatkan pengejaran seksual yang tidak pantas, tetapi pemaksaan seksual memiliki komponen tambahan berupa ancaman profesional atau suap untuk memaksa kepatuhan (Holland & Cortina, 2013). Jadi, pernyataan GA perihal normalisasi objektivitas seksual sebagai tindakan naluriah laki-laki akan berdampak buruk terhadap resistensi objektivitas seksual. Dalam kasus lain, objektivikasi seksual masih menjadi kasus utama bagi perempuan di media karena masih ada stigma untuk menjadikannya normal atau manusiawi meskipun hal ini sebenarnya termasuk sebagai pelanggaran

hak asasi manusia karena kurang menghormati perempuan sebagai tokoh masyarakat. Normalisasi terhadap objektifikasi seksual harus dihilangkan untuk meningkatkan kondisi kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Kesetaraan di sini berarti terwujudnya kedudukan yang sama antara laki-laki dan perempuan untuk diterima sebagai subjek masyarakat sehingga perempuan tidak harus selalu dipertemukan dengan pilihan atau justru selalu menjadi pilihan untuk menjadi figur sosial, pun sampai mendapatkan ancaman secara seksual untuk menjalankan haknya sebagai kreator atau eksis di masyarakat sebagai agen perubahan, hal ini harus ditegaskan dengan pembiasaan mereka diterima sebagai subjek atau aktor untuk melakukan setiap perubahan dalam masyarakat bukan justru didiskriminasi hingga dikriminalisasi keberadaannya.

Tabel 3: Kondisi Psikologis Informan Setelah Mengalami Objektivitas Seksual

Informan	Dampak
AL	“Kalau kesal, aku sangat kesal”
TF	“Kesal sekali”
GP	“Ya kan aku kaya sebagai cewe ya sakit hati sih kaya aku gak ada maksud apa apa disitu, terus mereka pada nganggep aku tuh kaya mancing padahal gaada yang mancing gitu”
GA	“Aku mikir ya wajar aja mereka komen kaya gitu maksudnya ya gapapa, cuman ya makin kesini komen mereka tuh lama-lama ga nyambung sama video nya gitu”

4. Analisis Tindakan yang Dilakukan oleh Informan Setelah Mengalami Objektifikasi Seksual

Informan sangat aktif melakukan tindakan untuk menghindari tanggapan berupa objektivitas seksual setelah mengalaminya, seperti menghapus konten video yang mendapat banyak tanggapan, memblokir akun yang telah menanggapi ini, menonaktifkan komentar di postingan, dan menghapus komentar. yang mengandung seksualitas perempuan. Informan tidak pernah mengambil kesempatan untuk menanggapi tindakan pelaku sehingga tidak terjadi timbal balik antara keduanya namun melalui wawancara kami, mereka menyampaikan bahwa jika mereka memiliki kesempatan untuk bertemu langsung dengan pelaku dalam kondisi aman, mereka ingin

mengambil tindakan di berupa pernyataan verbal untuk mengusir beban emosional dan psikologis yang telah ditanggungnya.

Berkenaan dengan pengalaman tindakan informan, dapat dimaknai bahwa objektifikasi seksual hanya menimbulkan jurang pemisah yang besar antara perempuan dan laki-laki sehingga akan mempersulit terciptanya sistem kerjasama yang baik antara perempuan dan laki-laki di tengah masyarakat. Kesenjangan antara laki-laki dan perempuan tidak seharusnya terjadi karena perempuan dan laki-laki memiliki keuntungan untuk melakukan kerjasama dalam membangun masyarakat yang lebih baik dalam bentuk kehidupan yang setara dan perubahan sosial sehingga objektivitas seksual sebagai faktor pembentuk kesenjangan harus dihilangkan dari lingkungan sosial.

Tabel 4: Tindakan yang Diputuskan oleh Informan Setelah Mengalami Objektivitas Seksual

Informan	Tindakan	
	Pribadi	Berbagi
AL	“Aku memblokir akun orang tersebut supaya orang tersebut tidak bisa stalk akun aku lagi”	“Sejauh ini, aku hanya cerita ke teman aku. Karena untuk cerita ke orang tua masih bingung ceritanya bagaimana”
TF	“Aku menghapus video tersebut atas saran dari teman – temanku, untuk melindungi diriku sendiri sebelum komentarnya semakin banyak”	“Pertama, aku pasti cerita ke teman”
GP	“Aku sih lebih ke non-aktifin komentar ya” “Kalo aku sih langsung block”	“Kalo aku sih lebih suka bicara ke temen temen sih cuman kalo untuk masalah komentar kaya gitu aku kaya “yaudah sih disimpan untuk diri sendiri aja”
GA	“Aku kalo kaya ada komen yang waktu itu, yang tadi itu, aku hapus komennya. Cuman aku gak matiin komennya si, cuman aku hapus aja yang aku gak suka gitu”	“Sebenarnya aku kalo cerita kaya gitu tuh cuma ke satu temen aku doang. Kalo temen aku sih biasanya cuman ketawa-ketawa aja sih”

SIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa tindakan mengobjektifikasi perempuan sebagai objek sosial melalui media sosial; TikTok dan Instagram masih terjadi secara masif dan memberikan dampak psikologis yang signifikan seperti berkurangnya rasa keberanian diri untuk berekspresi dan mengembangkan diri serta pola pikir yang akhirnya menormalisasi seksualitas perempuan. Publisitas objektifikasi seksual terhadap perempuan bukanlah hal yang lumrah karena tindakan ini dapat merugikan pihak-pihak tertentu oleh karena itu publisitas objektifikasi seksual terhadap perempuan di era digital sekarang ini penting untuk dihilangkan dan disadari keburukannya oleh masyarakat. Diskriminasi perempuan melalui tindakan objektifikasi seksual juga dapat berdampak pada hubungan kooperasi dan kolaborasi antara perempuan dan laki-laki, hal ini sangat dapat berakibat fatal terhadap kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera, oleh karena itu pembiasaan pola pikir masyarakat untuk lebih fokus terhadap intelegensi perempuan sebagai subjek, aktor, atau figur sosial harus lebih dinormalisasi dibandingkan hanya fokus terhadap perempuan sebagai objek seksual terlebih di era modern saat ini yakni saat perubahan dan perkembangan semakin terjadi secara signifikan,. Hal ini dapat dilaksanakan dengan kondisi menghilangkan stigma perempuan sebagai pilihan atau opsional untuk menjadi agen perubahan sosial dan kreator konten media di era saat ini, perempuan juga harus mendapatkan tempat sebagai aktor utamanya, melalui peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap perempuan sebagai figur yang *multitasking*, adaptif, kreatif, dan inovatif.

Objektifikasi seksual terhadap perempuan melalui TikTok dan Instagram sebagai media sosial dapat dikategorikan sebagai seksualitas perempuan secara publik sehingga seharusnya dikaitkan dengan pengetahuan etika media. Satu pandangan umum menyatakan bahwa 'satu gambar bernilai seribu kata' dan status istimewa sering dikaitkan dengan gambar sebagai bukti (David, 2014). Pernyataan tersebut menyatakan jika tanggapan yang muncul melalui media sosial berpotensi juga bergantung pada konten media. Oleh karena itu, mengingat kasus penelitian ini, sudah sepatutnya hal ini diasumsikan sebagai saran bagi perempuan sebagai pengguna media sosial bahwa mereka harus memprioritaskan pembuatan konten media terhadap nilai atau kebermanfaatan konten, terutama meningkatkan nilai moral masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Balraj, B., Besi Camp, S. and Lumpur, K. (2015) ‘Understanding Objectification Theory’, *International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL)*, 3(11), pp. 70–74. Available at: www.arcjournals.org (Accessed: 6 May 2021).
- Buhmann, A., Hellmueller, L. and Bosshart, L. (2015) ‘Popular culture and communication practice’, *Communication research trends*, 34(3), p. 4.
- Calogero, R. (2012) ‘Objectification Theory, Self-Objectification, and Body Image’, *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 2, pp. 574–580. doi: 10.1016/B978-0-12-384925-0.00091-2.
- Carter, M. and Fuller, C. (2015) ‘Symbolic Interactionism’, *Sociopedia.isa*. doi: 10.1177/205684601561.
- Creswell, J. W. and Poth, C. N. (2016) *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Davis, S. E. (2018) ‘Objectification, Sexualization, and Misrepresentation: Social Media and the College Experience’, *Social Media and Society*, 4(3). doi: 10.1177/2056305118786727.
- Griffin, E. A., Ledbetter, A. and Sparks, G. G. (2015) *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Harris, M. *et al.* (no date) ‘Gender Differences in Experiences with Sexual Objectification’. doi: 10.1007/s11199-006-9070-7.
- Holland, K. J. and Cortina, L. M. (2013) ‘When sexism and feminism collide: The sexual harassment of feminist working women’, *Psychology of Women Quarterly*, 37(2), pp. 192–208.
- Karsay, K., Knoll, J. and Rg Matthes, J. (no date) ‘Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis’. doi: 10.1177/0361684317743019.
- Kellie Id , D. J., Blake, K. R. and Brooks, R. C. (2019) ‘What drives female objectification? An investigation of appearance-based interpersonal perceptions and the objectification of women’. doi: 10.1371/journal.pone.0221388.
- Kuswarno, E. (2006) ‘Tradisi fenomenologi pada penelitian komunikasi kualitatif: sebuah pengalaman akademis’, *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 7(1), pp. 47–58.
- Lasswell, H. D. (1948) ‘The structure and function of communication in society’, *The communication of ideas*, 37(1), pp. 136–139.
- Meringolo, P., De Piccoli, N. and Rollero, C. (2017) ‘Self-Objectification and Personal Values. An Exploratory Study’. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01055.
-

Moriarty, J. (2011) 'Qualitative methods overview'.

Redmond, M. V (no date) *Symbolic Interactionism Symbolic Interactionism Communication Context*. Available at: http://lib.dr.iastate.edu/engl_reports/4 (Accessed: 28 May 2021).

Szymanski, D. M., Moffitt, L. B. and Carr, E. R. (2011) 'Sexual Objectification of Women: Advances to Theory and Research'. doi: 10.1177/0011000010378402.

Verasatiwi, I. and Wulan, R. R. (2018) 'Studi fenomenologi pengemudi ojek online perempuan di kota Bandung dalam kajian feminisme', *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 14(1).

Wulan, R. R. (2014) *Sensualitas Perempuan Dalam Industri Musik Populer*.

Wulan, R. R. (2019) 'Kajian Gender Dalam Ilmu Komunikasi', *Journal Acta Diurna*, 15(1), p. 29. doi: 10.20884/1.actadiurna.2019.15.1.1574.

Zurbriggen, E. L. *et al.* (2007) *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls APA Task Force on the Sexualization of Girls Members*. Available at: <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf> (Accessed: 30 May 2021)
