

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.I Latar Belakang Masalah**

Penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berfokus pada penerimaan khalayak mengenai objektifikasi perempuan dalam video *prank* milik Talita Pavita di TikTok. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam platform media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang berinteraksi dan berbagi konten di media sosial. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, telah menjadi wadah bagi banyak individu untuk mengunggah berbagai jenis video pendek.

Bersamaan dengan popularitas TikTok, muncul pula isu-isu yang berkaitan dengan penggunaan platform ini. Talita Pavita adalah seorang *content creator* TikTok yang telah berhasil menarik perhatian jutaan pengikut. Namun, popularitasnya juga diikuti dengan sejumlah kontroversi karena daya tarik yang dia tawarkan kepada para pengikutnya memiliki ciri khas yang cukup mengundang perhatian. Fokus utamanya adalah menjual daya tarik seksualnya, baik secara verbal maupun non-verbal.

Tren objektifikasi seksual terhadap perempuan dalam konten media sosial telah menjadi isu yang mendalam, tidak hanya di Indonesia, tetapi juga secara global. Di Indonesia, kita bisa melihat peningkatan yang signifikan dalam penggunaan media sosial sebagai platform untuk objektifikasi seksual. Wanita seringkali diekspos dalam cara yang mereduksi mereka menjadi objek seksual

semata, dengan berbagai konten yang memamerkan tubuh dan citra perempuan secara tidak pantas. Hal ini terutama terjadi dalam industri hiburan dan dunia selebriti, di mana tekanan untuk tampil seksi seringkali lebih dominan daripada bakat dan prestasi seseorang. Namun, permasalahan ini tidak terbatas pada Indonesia saja. Ini adalah fenomena global yang diantaranya pada akun-akun luar negeri seperti @laughs78, @Funny\_prank1989, dan @mj lucky.hl adalah contoh nyata dari bagaimana objektifikasi perempuan masih sangat merajalela. Akun @laughs78 berfokus pada konten lucu, namun seringkali mereka memanfaatkan perempuan yang diekspos dimana mereka melihat alat kelamin laki-laki dan mereka memberikan aksi atau terangsang secara seksual dan juga dalam pose-pose seksual untuk mendapatkan perhatian dan "like" dari pengikut mereka. Sementara itu, akun @Funny\_prank1989 membagikan lelucon dengan menyuruh laki-laki memotret diri mereka dengan gaya seksual misalnya penonjolan pada payudara ataupun pada area bagian belakang atau bokong, dengan sering mereka menggunakan citra perempuan dalam situasi-situasi yang merendahkan atau mempermalukan, menyiratkan bahwa objektifikasi perempuan adalah bagian dari hiburan. Akun @mj lucky.hl juga ikut membagikan kontennya yang berbau objektifikasi perempuan dengan menyuruh lawan bicara mereka yakni laki-laki untuk memilih *kiss or slap*, yang dilakukannya di depan umum dengan ciuman ataupun dengan memukul bokong atau bagian belakang perempuan tersebut. Ini adalah contoh bagaimana dalam konteks gender bisa disebutkan adanya kaitannya dengan masalah objektifikasi perempuan.

Objektifikasi perempuan adalah ketika perempuan ditempatkan dalam peran yang pasif tanpa memiliki kemampuan untuk mencapai pembebasan diri, terkadang perempuan mungkin tidak menyadari bahwa ini merupakan salah satu bentuk objektifikasi terhadap mereka, dengan kata lain objektifikasi perempuan adalah suatu bentuk pandangan yang mengurangi individu perempuan menjadi objek seksual atau hiburan semata, seringkali tanpa memperhatikan kepribadian, pemikiran, atau perasaan mereka, dalam video-video semacam ini, perempuan mungkin saja disederhanakan menjadi objek hiburan bagi khalayak tanpa mempertimbangkan dampaknya pada persepsi dan penerimaan mereka (Winarti, 2020).

Di balik konten yang bervariasi di platform media sosial, Talita telah menemukan niche-nya sendiri yakni daya tarik fisiknya. Dia seringkali memamerkan dirinya dengan pakaian yang menonjolkan bentuk tubuhnya, pose yang mengundang, dan menggunakan kata-kata atau kalimat yang erotis. Dalam konteks penerimaan khalayak atau penonton dan audiens, Talita telah berhasil memanfaatkan daya tarik fisiknya untuk menarik perhatian mereka. Melalui kontennya yang menonjolkan bentuk tubuh, pose yang mengundang, dan penggunaan kata-kata atau kalimat yang erotis, ia telah berhasil menciptakan daya tarik yang kuat bagi mereka yang mengikuti akun atau melihat kontennya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengikut yang meningkat atau tingkat keterlibatan yang tinggi dalam bentuk komentar, *like*, atau berbagai interaksi lainnya yang dia terima. Dengan demikian, Talita telah berhasil mengkaitkan daya tarik fisiknya dengan penerimaan dari khalayak atau penontonnya.

Kecendrungan trend dalam membuat konten yang berbau objektifikasi seksual maupun perempuan ini tidak dilakukan oleh Talita Pavita saja tetapi ada beberapa misalnya merujuk pada riset Kartika (2023) bahwa beberapa akun Instagram, seperti @dd.id, sering menampilkan foto selfie perempuan dengan tampilan yang seksi dan menarik. Ini menciptakan objektifikasi perempuan dalam konten tersebut, di mana perempuan dihadirkan sebagai objek daya tarik fisik. Penggunaan makeup, pakaian yang menonjolkan bentuk tubuh, dan pose yang mengundang dapat ditemukan dalam akun ini. Media sosial saat ini khususnya Instagram, dapat menjadi platform di mana objektifikasi perempuan terjadi. Foto-foto selfie yang menekankan kecantikan fisik dan sensualitas dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap perempuan. Selain itu, komentar negatif dan pandangan yang berlawanan dengan norma sosial juga dapat muncul dalam respons terhadap konten tersebut. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial dapat mencerminkan budaya patriarki yang memengaruhi cara perempuan dan tubuh mereka dipersepsikan dalam masyarakat. Dengan kata lain, media sosial dapat menjadi cermin dari cara pandang yang masih terkait dengan dominasi laki-laki atau budaya patriarki yang memengaruhi persepsi terhadap perempuan dan tubuh mereka.

Kemudian dari penelitian dalam jurnal Marietha (2021) telah dilakukan dari pada hasil wawancara dengan subjek penelitian menunjukkan bahwa informan mendefinisikan objektifikasi seksual sebagai tindakan yang dilakukan oleh lawan jenis untuk menjadikan salah satu bagian tubuh perempuan sebagai objek seksualnya. Sebagian informan mengalami objektifikasi melalui platform

media sosial seperti TikTok dan Instagram. Mereka menerima tanggapan berupa objektivitas seksual terutama terkait dengan konten video atau foto yang mereka bagikan. Tanggapan ini dapat bersifat langsung atau tidak langsung dan berasal dari akun media sosial palsu atau orang yang tidak dikenal. Dampak psikologis yang dialami oleh informan setelah mengalami objektifikasi meliputi perasaan seperti marah, sedih, takut, bingung, dan terkejut. Beberapa informan juga mengalami penurunan psikologis dan kegelisahan karena respon yang mereka terima. Penelitian ini menyimpulkan bahwa objektifikasi seksual terhadap perempuan melalui media sosial memiliki dampak negatif pada kesejahteraan psikologis perempuan.

Dan pada riset penelitian milik Pasaribu (2023) menyimpulkan bagaimana tubuh perempuan, terutama yang diunggah di akun media sosial seperti @unpad.geulis dan @ugmcantik, seringkali diobjektifikasi dan dipersepsikan hanya sebagai objek yang harus memenuhi standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat. Selain diobjektifikasi, tubuh perempuan juga sering kali diberi label tertentu berdasarkan penampilan mereka. Hal ini menciptakan tekanan sosial pada perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis. Komentar-komentar yang mengarah pada pelecehan seksual terhadap tubuh perempuan juga banyak ditemukan di akun-akun tersebut. Ini menciptakan lingkungan yang tidak aman bagi perempuan di media sosial. Penelitian ini mengungkap bagaimana media sosial seperti akun universitas cantik turut memperkuat dan melanggengkan konstruksi kecantikan yang sempit dan tidak realistis, yang dapat memengaruhi persepsi perempuan terhadap tubuh mereka

sendiri. Perempuan juga memberikan dukungan dan afirmasi terhadap teman-teman perempuan yang fotonya diunggah di akun mahasiswi cantik. Meskipun ini bisa menjadi dorongan positif, tetapi juga dapat mendorong perempuan untuk terus memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti isu penting tentang bagaimana media sosial dapat memengaruhi persepsi dan perlakuan terhadap tubuh perempuan, serta bagaimana perempuan sendiri terlibat dalam memperkuat atau melawan konstruksi kecantikan yang ada. Dari fenomena yang bertebaran di media sosial yang telah menjadi bahan pijakan dari pada penelitian ini, peneliti mencoba mengungkap objektifikasi perempuan yang juga tersirat dalam video *prank* milik Talita Pavita. Talita Pavita memiliki banyak variasi konten di platformnya, ia memilih untuk menekankan fokusnya pada pemanfaatan daya tarik seksual. Ini termanifestasi dalam berbagai aspek komunikasinya, baik secara verbal maupun non-verbal.

### Gambar I. 1 Video Talita Pavita



Sumber : TikTok Talpav

Beberapa video dari Talita ini menyiratkan adanya objektifikasi perempuan sebagai contoh pada video "Ngomong Kedekatan Liat Reaksi Orang", video ini menunjukkan momen di mana Talita Pavita menyorot atau menekankan bagian tubuhnya, khususnya payudaranya, sebagai elemen penarik utama dalam kontennya kemudian pada video lainnya dengan cara mengucapkan kata-kata atau kalimat yang mengarah ke intensi seksual sebagai contoh "*Tolong bukain baju saya*" "*Mas ML yuk*" "*Boleh tolong colokin susu saya gak*" dengan kamera yang mengarahkan ke payudara atau tubuh intim yang dimiliki Talita. Peneliti melihat bahwa konten ini mengandung objektifikasi perempuan, di mana seorang perempuan dianggap atau memilih untuk menjadi objek seksual atau daya tarik fisik semata. Uniknyanya bahwa objektifikasi perempuan ini dilakukan oleh perempuan atau dalam hal ini Talita Pavita. Objektifikasi menjadi berbahaya ketika perempuan mulai menginternalisasi pandangan tersebut. Objektifikasi diri mengarah pada persepsi bahwa mereka kurang sebagai individu yang sepenuhnya manusiawi, memiliki pikiran yang kurang berharga, serta merasa tidak berhak mendapatkan perlakuan moral yang adil dari orang lain, selain itu, perempuan yang mengalami seksualisasi juga sering dipandang kurang dalam kapasitas mental dan moral mereka, serta dianggap kurang manusiawi dan kompeten (Marietha, 2021).

Penonjolan payudara dan penekanan pada tampilan fisiknya dalam video ini mengarah pada pemikiran bahwa ia telah memilih untuk menjadikan aspek fisiknya sebagai bintang utama dalam kontennya, mengesampingkan gagasan, pemikiran, atau perasaannya sebagai individu. Walaupun banyak kemajuan yang

telah dilakukan dalam masyarakat kontemporer dalam hal hak-hak perempuan, tetapi budaya patriarki seksis tetap mendasari hampir pada setiap aspek dimasyarakat karna sepanjang sejarah perempuan selalu ditempatkan dalam posisi peran bawahan dan objektifikasi seksual dari tubuhnya perempuan ini yang mungkin paling jelas dari bentuk patriarki dan seksisme, beberapa misalnya yang paling jelas terlihat adalah objektifikasi seksual perempuan yaitu kaum perempuan dalam berbagai media yang mana ditampilkan sebagai perempuan agresif dengan pakaian minim dan mengiringi suatu produk yang sedang ditawarkan.(Hermawan, 2017). Adanya hal ketimpangan gender ini masih hidup dan tumbuh dalam masyarakat yang dapat menyebabkan korban dalam hal ini perempuan diposisikan rentan sebagai objek (Sulaiman & Homzah, 2019, P.16).

Objektivikasi diri yang dilakukan Talita ini, mengundang banyak komentar. Diantaranya seperti di bawah ini

### Gambar I. 2 Komentar Para Pengguna Media Sosial



Sumber : Olahan Peneliti.

Dari beberapa postingan yang terlihat, bahwa khalayak memiliki berbagai persepi yang berbeda mengenai konten yang diunggah talita. Pesan ini

mengandung diantaranya beberapa makna bahwa setiap individu memiliki nilai yang berharga, dan mereka seharusnya tidak meremehkan diri sendiri. Serta terdapat juga audience yang mempersepsi bahwa tindakan tersebut tidak pantas.

Dalam berbagai bentuk media, peneliti telah mengamati melalui berbagai penelitian bahwa objektifikasi perempuan dapat hadir dalam film, iklan, dan televisi sebagai bahan produksi bahkan Saat ini, terlihat bahwa telah banyak para konten kreator yang juga cenderung mengarah ke dalamnya dan konten semacam itu di upload ke media sosial mereka agar menarik *viewers*. Media sosial yakni muncul sebagai salah satu yang populer dan merentang ke berbagai generasi. Dengan adanya media sosial, aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara langsung dalam mode tatap muka sekarang dapat dilakukan secara virtual, baik dalam waktu nyata maupun tidak secara bersamaan (Abdillah, 2022,p. 1).

Adapun tujuan dari pada penelitian ini yakni ingin mengetahui bagaimana penerimaan khalayak mengenai video *prank* milik Talita Pavita di TikTok dan pemilihan Talita untuk diteliti karena Talita Pavita adalah seorang konten kreator yang populer di TikTok, sehingga kontennya memiliki jumlah pengikut yang signifikan dan juga kontennya relevan dengan topik yang sedang dilakukan peneliti tentang persepsi khalayak mengenai objektifikasi perempuan, konten dari akun tersebut menciptakan kontroversi di masyarakat, terkait dengan isu-isu seperti objektifikasi perempuan, dan Talita mampu mengemas konten itu dengan menarik.

Adapun kriteria audiens yang peneliti inginkan seperti khalayak sebagai informan yang telah menonton video *prank* Talita Pavita di TikTok dengan jenis

kelamin laki-laki dan perempuan serta kelompok usia minimal 17-50 tahun yang mana sudah masuk dalam tahap dewasa sehingga telah memiliki kematangan dalam wawasan juga pengalaman yang cukup. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode kualitatif yaitu *reception analysis* yang melibatkan khalayak sebagai audiens aktif yang akan memberikan makna beragam. Dalam hal ini beragam makna dapat terjadi ketika *frame of reference* dan *field of experience* yang dimiliki oleh audiens setiap individu berbeda-beda. *Reception Analysis* adalah pemaknaan atas makna dalam penggunaan teks media dalam hal ini cetak, elektronik juga internet dengan memberi pemahaman atas bagaimana karakter teks tersebut dibaca oleh khalayak (Revia, 2019). Hal inilah yang dapat mendukung penelitian ini menggunakan metode dari *reception analysis* yang mana berupaya untuk memaknai serta mengartikan pemahaman dari bacaan media internet dengan melihat ciri-ciri video tersebut ketika dikonsumsi oleh audiens aktif, pada metode yang peneliti gunakan ini penonton dapat dikatakan sebagai audiens yang aktif karena dapat menciptakan makna serta arti yang baru sesuai dengan pesan apa yang diterima dari melihat atau menonton video tersebut.

*Reception Analysis* merupakan pendekatan yang memeriksa bagaimana audiens memahami dan merespons konten media. Dalam hal ini, audiens berperan sebagai penerima pesan yang memiliki kemampuan untuk memberikan ulasan atau kritik terhadap pesan media, termasuk video dan gambar (Saputra, 2022). Khalayak sebagai audiens yang aktif berperan sebagai *decoder* atau penerima pesan dari video yang dikonsumsi, pada metode yang peneliti gunakan, proses *encoding-decoding* berperan penting, dalam hal ini keberagaman makna yang

didapatkan oleh setiap responden akan dikategorikan kedalam tiga posisi berdasarkan teori dari Stuart Hall, antara lain *Dominant hegemonic*, *negotiated* dan *oppositional*. Penonton tidaklah suatu entitas tak bernyawa, dan mereka juga bukanlah komunikator yang hanya pasif menerima isi konten tanpa interaksi (Kusuma, 2022). Tujuan dari analisis penerimaan ini adalah agar *audience* dapat mengetahui persepsi juga dampak apa yang ditimbulkan dari pesan media massa (Revia, 2019).

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi oleh peneliti yaitu milik Brigita Revia (2019), Hendrayana Saputra (2022), Florentina Fahriza Kusuma (2022). Dari ketiga penelitian terdahulu ini terdapat kesamaan pada metode analisis resepsi terhadap khalayak mengenai konten ataupun video di media sosial. Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Brigita Revia, meneliti khalayak di Jakarta dan Surabaya. Hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup mewah dan hedonisme dalam konten NRab Family memengaruhi penerimaan khalayak. Sebagian besar informan menerima pesan gaya hidup mewah secara positif (*dominant-hegemonic code*) dan mengadopsi perilaku yang serupa dengan yang ditampilkan dalam vlog tersebut. Mereka menganggap gaya hidup mewah dianggap positif. Namun, ada juga informan yang menganggapnya biasa (*negotiated code*) dan tidak menerapkan perilaku serupa, melihatnya sebagai hal yang tidak perlu atau kurang relevan dalam kehidupan mereka.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hendrayana Saputra, hasil penelitian ini adalah bahwa ketiga informan sepakat bahwa kanal YouTube Frontal TV memiliki dampak negatif pada lingkaran khalayak. Dampak

negatif ini berkaitan dengan konten pornografi yang ada di kanal tersebut. Mayoritas informan memposisikan diri mereka dalam kode oposisi pada analisis resepsi model Stuart Hall, yang berarti mereka secara kritis menolak atau menentang konten pornografi yang disajikan dalam kanal tersebut. Penelitian ini menggaris bawahi pentingnya kesadaran positif saat menonton konten di platform YouTube dan menunjukkan bahwa meskipun YouTube adalah media yang memberikan kebebasan ekspresi, ada batasan-batasan etika yang harus dihormati, terutama dalam melindungi anak-anak dari konten yang tidak pantas.

Penelitian Ketiga yaitu yang dilakukan oleh Florentina Fahriza Kusuma, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan khalayak terhadap konten thirst trap di akun TikTok @eunicetjoaa memiliki tiga aspek yakni *dominant* (mayoritas menerima konten seksi sebagai hal yang wajar), *Negotiated* (khalayak memberikan respon positif, netral, atau negatif tergantung pada pemaknaan mereka), dan *Oppositional* (sebagian besar tidak setuju bahwa konten tersebut merupakan ekspresi diri, melainkan dibuat untuk menarik target tertentu).

Berdasarkan tinjauan dan penarikan kesimpulan dari penelitian di atas, maka terdapat kesamaan dalam metode penelitian yang dilakukan yakni analisis resepsi dan perbedaan yang terdapat dalam penelitian di atas yaitu dari penelitian Brigitta Revia yang meneliti fokus pada analisis terhadap gaya hidup mewah dan hedonisme dalam YouTube Channel NRab Family. Lalu pada penelitian Hendrayana Saputra mencari dampak negatif dari konten pornografi dalam kanal YouTube Frontal TV. Temuan utamanya adalah bahwa mayoritas informan menolak konten pornografi tersebut dan memposisikan diri mereka dalam kode

oposisi terhadapnya dan yang terakhir oleh Florentina Fahriza Kusuma dengan penelitiannya yang berfokus pada memeriksa penerimaan khalayak terhadap konten *thirst trap* di akun TikTok @eunicetjoaa, sedangkan peneliti memilih untuk mempelajari fenomena objektifikasi perempuan melalui video yang ada di akun milik Talita Pavita di TikTok @Talpav.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana penerimaan khalayak mengenai objektifikasi perempuan pada video *prank* milik Talita pavita di TikTok?

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui penerimaan khalayak mengenai objektifikasi perempuan pada video *prank* milik Talita pavita di TikTok.

## **I.4. Batasan Penelitian**

Subjek Penelitian : Khalayak yang telah menonton video *prank* milik Talita Pavita di TikTok dan video *prank* milik Talita Pavita di Tiktok.

Objek Penelitian : Video *prank* milik Talitha Pavita di TikTok.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **I.5.1. Manfaat Akademis:**

Penelitian ini dapat membantu mengisi dalam literatur akademis yang berkaitan dengan media sosial dan isu-isu gender. Ini menciptakan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi persepsi

terhadap perempuan dan bagaimana objektifikasi perempuan menjadi bagian dari budaya digital. Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya tentang isu-isu sensitif di media sosial.

#### **I.5.2. Manfaat Praktis:**

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pengelola media sosial tentang jenis video yang dapat membantu mengedukasi masyarakat mengenai objektifikasi perempuan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang terkait dengan upaya pencegahan objektifikasi perempuan dalam mengembangkan program-program pencegahan yang lebih efektif.

#### **I.5.1. Manfaat Sosial:**

Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap konsep dari objektifikasi perempuan dan pentingnya upaya pencegahannya. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat memahami dan terbuka wawasannya bahwa betapa pentingnya upaya pencegahan dan menghentikan tindakan keberpihakan tanpa melihat sisi dari yang terdominasi di dalam masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan edukasi tentang dampak video yang membahas objektifikasi perempuan di media sosial bagi korban dan masyarakat luas.