

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat selalu menggambarkan seks sebagai kekuasaan laki-laki terhadap perempuan. Dalam masyarakat patriarkhial, seks merupakan bagian dominan dalam hubungan laki-laki dan perempuan, serta menempatkan perempuan di posisi subordinasi (Nur, 2007). Media massa turut menjadi sebuah tempat untuk membentuk suatu ideologi yang dapat dianut oleh kebanyakan masyarakat. Media melestarikan stereotip yang melekat pada perempuan, yaitu perempuan yang cantik identik dengan tubuh yang langsing, berkulit putih, mengenakan pakaian yang membentuk lekukan tubuh, dan lain-lain. Akibat dari itu, masyarakat menganggap bahwa hal itu merupakan hal yang lumrah dan seharusnya terjadi pada perempuan di kehidupan sosial mereka.

Apa yang telah terjadi di media massa pada saat itu pun juga terjadi di *new media* saat ini, salah satunya adalah media sosial seperti *Youtube*, *Twitter*, dan lain-lain. Masyarakat lebih tertarik dengan konten dari perempuan yang menunjukkan tanda-tanda seksualitasnya, seperti cara berpakaian, cara berbicara, gerak-gerik tubuh dan lain-lain yang dianggap sebuah objek seks semata di depan media. Media cukup mudah untuk memperkuat pandangan mengenai mitos, nilai, kepercayaan dan sikap perempuan yang berlaku di masyarakat. Ilusi dan fantasi audiens kemudian menjadi semakin bebas atas bermunculannya penggambaran sekaligus

pencitraan perempuan yang dikreasikan media melalui perspektif maskulinitas (Supratman, 2012).

Melalui pengertian etimologis, seks dan seksual mengandung makna jenis kelamin, organ kelamin, dan aktivitas seks yang berkaitan dengan organ kelaminya secara biologis. Seksualitas sendiri mencakup wilayah yang lebih luas, seperti daya tarik seksual, sifat dan karakteristik dari laki – laki maupun perempuan baik bersifat biologis maupun sosial. Seksualitas juga bersentuhan dengan wilayah sosial yang mengkonstruksi sifat, perilaku sosial, dan karakter dari masing – masing jenis kelamin (Munfarida, 2009).

Irwan Abdullah dalam (Munfarida, 2009) memaknai seksualitas adalah segala hal yang ada hubungannya dengan jenis kelamin, laki-laki maupun perempuan, dan menetapkan seksualitas ialah istilah yang terkait dengan faktor biologis. Payudara, rahim, dan vagina merupakan seksualitas yang dimiliki perempuan, sedangkan penis adalah seksualitas yang dimiliki oleh laki-laki. Namun, makna seksualitas dalam konteks gender memperlihatkan adanya peran sosial dalam mengkonstruksi seksualitas masing-masing manusia, sehingga seksualitas dianggap tidak hanya terkait dengan biologis saja, namun terkait juga dengan faktor sosial.

Menurut Gunawan pada (Fujiati, 2016) mengartikan seksualitas adalah sebuah kompleksitas emosi, kepribadian, perasaan, sikap, serta watak sosial yang ada kaitannya dengan perilaku dan orientasi seksual, yang meliputi *sex acts* dan *sex behavior*. *Sex acts* merupakan konsep yang berkaitan dengan pengertian seks sebagai aktivitas bersetubuh, baik dalam pengertian *sex as procreational* (bertujuan

untuk memiliki anak), *sex as relational* (bertujuan untuk mengungkapkan rasa sayang dan cinta) dan *sex as recreational* (bertujuan untuk mencari kesenangan). Sedangkan *sexual behavior* sendiri berkaitan dengan kondisi sosial dan budaya serta psikologis masing-masing individu seperti hal-hal yang mengenai ketertarikan seseorang pada erotisitas, pornografi sensitivitas, dan rasa ketertarikan terhadap lawan jenis.

Konsep seksualitas tidak lepas dari konteks sosial budaya yang telah mengkonstruksi pemikiran seksualitas. Maka dari itu, pemahaman perilaku serta orientasi seksual bisa berubah dari budaya satu ke budaya lainnya ataupun dari waktu satu ke waktu lainnya (Raharjo, 1997). Bisa disimpulkan bahwa isu gender dan seksualitas saling bertautan antar satu sama lain dan memiliki persamaan yang mendasar. Keduanya memang pada awalnya bermula dari sesuatu yang kodrati, yang alamiah. Namun, karena adanya konstruksi sosial yang menambah muatan gender dan seksualitas, sehingga kedua isu tersebut menjadi dinamis dan bisa berubah sewaktu – waktu sesuai dengan bagaimana sosial dan budaya menyikapi kedua hal tersebut.

Dikutip dari (Juditha, 2015), stereotip yang dibawa oleh media akan tertanam di pikiran masyarakat sehingga saat perempuan muncul di media dan terus menerus ditampilkan layaknya objek seks di depan media, maka khalayak laki-laki akan menerima pandangan tersebut dan melihat perempuan sebagai kaum yang memuaskan nafsu laki-laki. Citra perempuan hingga saat ini memang masih berkisar pada wilayah subordinat dibanding peran lelaki. Stereotip yang telah tertanam di pikiran masyarakat mengenai perempuan inilah yang lambat laun

membentuk opini masyarakat bahwa perempuan hanya bisa berkiprah di bawah kuasa laki-laki serta hanya mampu dimaknai eksistensinya pada wilayah realitas fisik perempuan saja (Supratman, 2012).

Sampai saat ini, tubuh perempuan masih rawan untuk dieksploitasi dan ditujukan untuk kepentingan laki-laki, sehingga gambaran dari perempuan sendiri terbentuk dari sudut pandang laki-laki (Afifah et al., 2020). Media akan selalu mencari sesuatu untuk tetap menjaga kestabilan dominasi, yang bisa beragam seperti ekonomi, politis, maupun kekuasaan. Media tentunya memahami apa yang pasar mereka sukai. Pasar mereka menyukai seksualitas perempuan yang ditonjolkan dalam isi konten media, karena seksualitas dari perempuan menarik untuk dijadikan objek dan bernilai ekonomis yang tinggi dalam industri media. Media juga ingin mempertahankan eksistensi mereka, dan perempuan dianggap salah satu ‘alat’ untuk dapat digunakan sebagai penunjang eksistensi media.

Dalam hal ini, seksualitas perempuan termasuk dalam lingkup seksualitas erotis. Seksualitas erotis lebih spesifik kepada rasa nikmat oleh tubuh yang sebenarnya dihasilkan oleh alat kelamin manusia, perilaku atau sikap antar individu dan proses fisiologi yang dapat menciptakan atau bahkan meningkatkan kenikmatan erotis itu sendiri, atau proses dan hal-hal yang berpengaruh terhadap sensasi yang ditimbulkan akibat kenikmatan erotis (Lestari, 2017).

Konten-konten yang mengangkat tema seksualitas pun tidak hanya sebatas di media massa, di media baru pun juga sudah bermunculan. Salah satu media baru tersebut adalah *Youtube*. *Youtube* adalah tempat atau wadah bagi orang - orang yang

ingin menuangkan kreativitas mereka berbentuk video dan mengunggahnya secara gratis, begitupun juga dengan penontonnya yang tidak perlu membayar untuk menonton video yang telah diunggah sang kreator. Di *Youtube* terdapat sebutan konten kreator. Konten kreator adalah pengguna media sosial yang secara rutin mengunggah video-video yang memiliki isi konten bermacam-macam, seperti cerita pribadi, analisis tentang sosial, budaya, hingga kehidupan sehari-hari mereka (Mahameruaji et al., 2018). Terdapat istilah UGC (*user generated content*) yang berarti khalayak tidak hanya memproduksi konten untuk pribadi, namun khalayak juga bisa menikmati konten yang dibuat oleh pengguna lain (Nasrullah, 2020, p. 31).

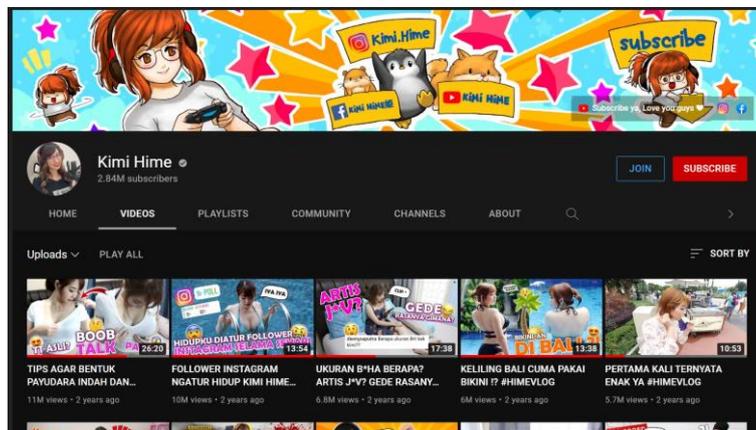
Seorang konten kreator harus mengumpulkan ide-ide, melakukan *research*, dan menyusun konsep yang akan dihasilkan melalui kontennya yang sesuai dengan identitas dan *branding* yang telah ditetapkan. Konten kreator juga harus bekerja keras untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan dari kontennya, contohnya tujuan menghibur, promosi, edukasi, memberi informasi, atau bahkan berpromosi. Konten kreator juga harus mengevaluasi konten yang telah ditayangkan kepada khalayak, apakah sudah sesuai kontennya dengan *platform* yang dipilih. Seorang konten kreator bisa menghasilkan karya untuk berbagai macam *platform*, contohnya *YouTube* jika ia berhasil mencapai tujuan yang telah ia tetapkan di awal (Sundawa & Trigartanti, 2018).

Salah satu konten kreator *Youtube* yang sempat menarik banyak perhatian oleh banyak masyarakat adalah Kimi Hime. Kimi Hime adalah konten kreator *gaming* perempuan kontennya berisi konten *gaming* dan konten *vlog* dan diunggah di

*channel Youtube*-nya. Kimi Hime menarik banyak perhatian karena ia menggunakan tema seksualitas di beberapa videonya, baik berupa gerak-gerik tubuh, cara berpakaian, cara penjudulan, dan *thumbnail* video yang berbau seksual.

### Gambar I.1

*Channel Youtube Kimi Hime*



(sumber : *Official Channel Youtube Kimi Hime*)

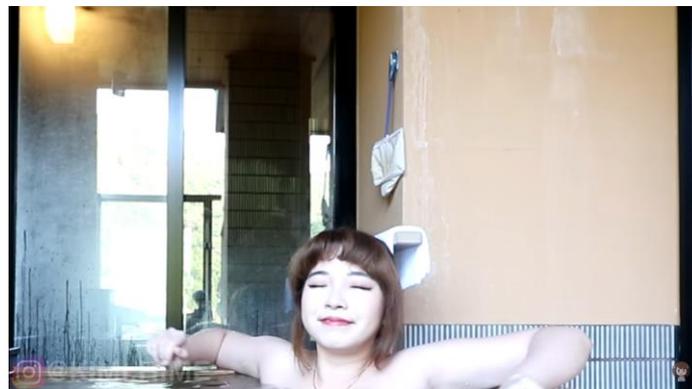
Sejak tahun 2017, Kimi Hime menggunakan *thumbnail cover* video kontennya dengan menggunakan baju-baju seksi serta penjudulan yang menjurus ke topik seksual. Judul video yang *nyeleneh* tersebut juga semata-mata hanya digunakan sebagai *clickbait*, agar khalayak lebih tertarik menonton videonya. Total jumlah penonton video Kimi Hime saat ia menggunakan seksualitas di videonya tertinggi mencapai 1 juta penonton, dan video yang ia tidak menunjukkan seksualitasnya hanya meraih sekitar 200 ribu penonton.

Perbandingan angka yang signifikan ini membuat Kimi Hime konsisten menggunakan seksualitasnya sebagai daya tarik untuk menarik lebih banyak

penonton dan secara pribadi meraup lebih banyak untung dari itu. Rata-rata, video yang mengandung seksualitasnya yang sering menjadi *trending* di *Youtube*. Penggunaan daya tarik seksual seperti yang dilakukan Kimi Hime bertujuan untuk memancing naluri seksual konsumen atau khalayak untuk mendapatkan perhatian atau rangsangan (Pah, 2018), dan apa yang dilakukan oleh Kimi Hime nyatanya berhasil memancing perhatian dari para penonton videonya. Kimi Hime terlihat memahami *sexual behavior* yang ada di masyarakat, yaitu tertarik dengan erotisitas, pornografi, sensitivitas, dan rasa ketertarikan pada lawan jenis.

### Gambar I.2

Adegan Kimi Hime menunjukkan sedang mandi



(Sumber : *Official channel Youtube Kimi Hime*)

### Gambar I.3

Adegan Kimi Hime memperlihatkan bagian dada



(Sumber : *Official Channel Youtube Kimi Hime*)

Adegan-adegan di atas adalah contoh dari beberapa adegan lainnya yang sering ditunjukkan Kimi Hime dalam videonya. Kimi Hime seringkali menonjolkan bagian dadanya serta menunjukkan ia sedang telanjang saat mandi. Di salah satu videonya, Kimi Hime juga menunjukkan secara dekat ke kamera bagian dadanya dengan alih-alih memberi *tutorial* cara menggunakan pakaian dalam wanita (*bra*).

### Gambar I.4

Adegan Kimi Hime *close up* bagian dada



(Sumber : *Official Channel Youtube Kimi Hime*)

Kimi Hime memahami bahwa konsep seksualitas yang telah terkonstruksi sosial sangat lekat di pemikiran masyarakat, yaitu tubuh perempuan adalah sesuatu yang dekat dengan erotisme dan pemuas nafsu laki-laki. Seksualitas biologis dari perempuan, seperti payudara, rahim, dan vagina telah dikonstruksi sosial sehingga tubuh perempuan seolah-olah sesuatu yang tabu, ditambah lagi dengan stereotip media mengenai tubuh perempuan yang selalu direpresentasikan seksi dan cantik. Dari konten-konten tersebut, Kimi Hime secara tidak langsung *glorifying* apa yang selama ini telah dipahami oleh masyarakat, yaitu seksualitas perempuan adalah sebuah objek seks yang mengundang hasrat tertentu oleh penontonnya, yang sebagian besar laki-laki. Payudara perempuan adalah sesuatu yang alamiah, namun setelah terjadinya konstruksi sosial mengenai itu menjadikan payudara perempuan menjadi salah satu seksualitas biologis perempuan yang bisa memunculkan kenikmatan erotis dan tontonan bagi laki-laki.

Kimi Hime tidak jarang mendapat kecaman dari masyarakat Indonesia mengenai kontennya yang dianggap terlalu vulgar dan melanggar norma kesusilaan. Bahkan Asosiasi Pengawas Penyiaran Indonesia (APPI) mengadukan terkait konten Kimi Hime tersebut kepada Komisi I DPR RI yang kemudian diteruskan ke Kominfo (Gita & Haryono, 2019). Sempat muncul juga petisi yang telah ditanda tangani 70 ribu orang untuk menghapus *channel Youtube Kimi Hime*, namun sampai saat ini akun *Youtube*-nya masih bisa diakses oleh masyarakat luas.

Membahas tentang konten kreator yang menggunakan seksualitas sebagai daya tarik utama dalam kontennya, tidak sedikit konten kreator *Youtube* yang juga mengambil konsep seksualitas untuk menarik lebih banyak penonton. Konten kreator tersebut memiliki nama *channel Youtube* antara lain Esemde Project, Heyimbee, dan Alza Nazla.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Liony Gita dan Cosmas Gatot H. dengan pembahasan komodifikasi sensualitas oleh Kimi Hime. Dalam penelitian tersebut menghasilkan upaya komodifikasi oleh Kimi Hime untuk meraih lebih sebanyak mungkin penonton. Kimi Hime selalu menampilkan sosok yang sensual di videonya, dan selalu menawarkan tayangan sensual yang disukai oleh khalayak, khususnya laki-laki. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat *demand* yang tinggi terhadap tayangan yang mengandung unsur menjurus seks.

Pada penelitian ini terdapat persamaan, yaitu sama-sama meneliti tentang video yang diunggah Kimi Hime. Perbedaannya adalah di penelitian sebelumnya memfokuskan mengenai komodifikasi sensualitas, sedangkan di penelitian yang dilakukan oleh penulis memfokuskan pada representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*.

Alasan penulis membahas tema seksualitas perempuan dalam penelitian ini adalah, di *channel Youtube* Kimi Hime yang sebagian besar membahas tentang *gaming*, ia juga menyelipkan tema seksualitas di dalam kontennya yang bisa dilihat di video *vlognya* dan beberapa video *gamingnya*. Banyak konten kreator *gaming* perempuan yang tidak menggunakan unsur seksualitas di videonya untuk menarik

penonton, mereka hanya menunjukkan cuplikan momen-momen mereka saat bermain *game* dan memiliki banyak penonton. Seksualitas yang digunakan oleh Kimi Hime termasuk ke seksualitas erotis, yang berarti ia menggunakan hal-hal yang berkaitan dengan erotisme yang dimiliki oleh tubuhnya. Kimi Hime memahami *sexual behavior* yang ada di masyarakat, yaitu tertarik dengan erotisitas, pornografi, sensitivitas, dan rasa ketertarikan pada lawan jenis. Dengan penggunaan seksualitas di video-video Kimi Hime, jumlah penontonnya pun lebih tinggi dibandingkan videonya yang tidak menunjukkan seksualitasnya.

Atas penggunaan tema seksualitas di beberapa kontennya, ia juga sempat berurusan dengan Kominfo karena videonya dianggap terlalu vulgar dan bisa merusak moral generasi muda Indonesia, sehingga terjadi pemblokiran video. Namun, ia tetap menggunakan seksualitasnya dalam memproduksi kontennya. Seksualitas yang ditampilkan di video dapat dilihat dari cara berpakaian, gerak-gerik tubuh, serta pembahasan yang menjurus ke arah pembahasan yang cukup *suggestive*.

Penelitian ini akan berfokus pada representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*. Subjek dari penelitian ini adalah video *vlog* yang ada di *channel Youtube* Kimi Hime, yang berjudul “Cewe Bule Emang Lebih Liar”, “Pertama Kali Cobain yang Anget”, dan “Pertama Kali Ternyata Enak Ya #HimeVlog” karena di ketiga video tersebut Kimi Hime menunjukkan gaya berpakaian serta gerak-gerik tubuh yang sensual. Penelitian ini akan menggunakan metode analisis semiotika menurut C.S. Pierce untuk menganalisis representasi seksualitas pada *vlog* Kimi Hime.

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

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka terdapat rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu: bagaimana representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*?

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

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*.

## **I.4. Batasan Masalah**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Metode yang akan digunakan adalah metode semiotika menurut C.S. Pierce.

- Objek penelitian adalah representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*
- Subjek penelitian adalah ketiga video yang berjudul “Cewe Bule Emang Lebih Liar”, “Pertama Kali Cobain yang Anget”, dan “Pertama Kali Ternyata Enak Ya *#HimeVlog*”.

Batasan dari penelitian ini adalah penulis hanya akan melihat gambar yang akan ditunjukkan di ketiga video tersebut dan menggunakan metode semiotika C.S. Pierce.

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

### **I.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk bisa memperdalam lagi wawasan mengenai studi representasi seksualitas perempuan yang menggunakan metode semiotika C.S. Pierce.
2. Untuk menambah referensi bagi penelitian komunikasi khususnya yang berkaitan dengan media audio visual dan membahas seputaran tema seksualitas perempuan.

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

1. Menambah wawasan bagi masyarakat sekaligus penulis mengenai representasi seksualitas perempuan pada *vlog* Kimi Hime di *platform Youtube*.
2. Dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan serta teori-teori yang telah didapat selama mengikuti perkuliahan dalam meneliti seksualitas perempuan di video-video tersebut.