

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam merepresentasikan perempuan, terutama dalam konten yang disajikan melalui platform seperti YouTube dan TikTok. Salah satu fenomena yang muncul adalah objektifikasi perempuan dalam berbagai format, termasuk dalam konten komedi, podcast, dan konten hiburan lainnya yang sering kali menggunakan tubuh perempuan sebagai elemen humor atau daya tarik visual. Konten Mursid dalam episode “Sop Rambut” menjadi contoh bagaimana perempuan ditempatkan dalam narasi yang dapat mengarah pada objektifikasi, yang berpotensi memperkuat stereotip gender dan memperburuk pemaknaan terhadap perempuan dalam masyarakat digital.

Platform media sosial seperti TikTok telah menjadi wadah yang sangat efektif dalam menyebarkan berbagai jenis konten, baik yang bersifat edukatif, hiburan, maupun eksperimen sosial. Salah satu konten yang sempat menarik perhatian besar adalah karya dari kreator bernama Mursid, yang dikenal melalui konten eksperimen memasak ulang atau "re-cook." Dalam Kontennya yang berjudul “Sop Rambut”, yang disajikan dalam durasi satu menit dan sukses mencuri perhatian publik setelah diunggah pada 18 Juli 2023. Konten ini mendapatkan 773.100 suka, 39.800 komentar, dan dibagikan kepada 149.700 pengguna aplikasi Tiktok, menunjukkan tingginya angka interaksi dari para penonton. Namun, di balik popularitas dan sambutan positif yang diterima, terdapat kekhawatiran terkait pesan yang disampaikan melalui penggunaan diksi dan gestur yang cenderung mengandung unsur objektifikasi terhadap perempuan.

Media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai isu sosial, termasuk dalam hal representasi gender. Salah satu fenomena yang sering menjadi perdebatan adalah objektifikasi perempuan dalam konten media, yang tidak hanya mengonstruksi citra perempuan secara sempit tetapi juga memengaruhi bagaimana perempuan memandang dirinya sendiri. Dalam berbagai platform media, baik televisi, media

sosial, maupun konten digital lainnya, perempuan sering kali direduksi menjadi objek visual yang dieksploitasi untuk kepentingan hiburan atau pemasaran (Yuwono, 2022)

Objektifikasi perempuan dalam media telah menjadi fenomena yang mengakar dalam berbagai bentuk konten hiburan, termasuk serial digital dan televisi. Salah satu contoh nyata yang menarik perhatian adalah episode Sop Rambut dalam Konten Tiktok yang dibuat oleh kreator bernama Mursid, yang mengandung unsur objektifikasi perempuan. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai dan merespons objektifikasi perempuan yang disajikan dalam konten tersebut. Fenomena ini relevan karena industri hiburan di Indonesia masih sering mereproduksi representasi perempuan dalam posisi subordinat atau sebagai objek seksual (Effendy et al., 2024). Objektifikasi ini tidak hanya terjadi dalam film dan sinetron, tetapi juga dalam konten digital di platform streaming seperti YouTube dan TikTok, yang memiliki jangkauan luas di berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu bentuk objektifikasi yang menarik untuk diteliti lebih lanjut adalah bagaimana audiens menerima atau merespons konten yang memuat elemen objektifikasi ini. Penelitian mengenai *resepsi terhadap perempuan di media* telah banyak dilakukan untuk memahami bagaimana khalayak menafsirkan dan memaknai pesan-pesan yang disampaikan dalam berbagai format media (Aulia, 2023). Salah satu aspek yang menarik adalah bagaimana perempuan sebagai objek dalam konten media memberikan respons terhadap penggambaran yang merepresentasikan dirinya secara seksual atau sebagai objek (Shafira et al., 2022).

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa media digital sering kali menampilkan perempuan sebagai objek visual yang difokuskan pada aspek fisik mereka dibandingkan dengan peran intelektual atau sumbangsih mereka sendiri. Perempuan kerap dianggap sebagai pemenuh kebutuhan orang lain (Putri et al., 2018). Fenomena ini tidak hanya terjadi dalam iklan atau film tetapi juga merambah ke dalam konten digital. Digitalisasi hiburan sering kali memperkuat praktik-praktik objektifikasi melalui pola representatif yang mengakibatkan konstruksi sosial dan menampilkan perempuan dalam peran yang stereotipikal dan pasif (Saputri, 2022).

Fenomena objektifikasi perempuan ini berkaitan erat dengan budaya influencer dan media sosial yang sering kali memanfaatkan erotisme tubuh perempuan sebagai komoditas visual (Giovano et al., 2024). Mereka menyoroti bagaimana perempuan diposisikan dalam lanskap digital yang menuntut estetika tertentu untuk mendapatkan validasi sosial. Hal ini berimplikasi

pada munculnya tekanan psikologis bagi perempuan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang dipaksakan oleh masyarakat digital.

Di sisi lain, penelitian terkait bagaimana konten digital dapat memengaruhi standart kecantikan melalui visualisasi yang berlebihan dan komodifikasi dari produk kecantikan (Rasyid et al., 2024). Hal ini berdampak pada resepsi masyarakat terhadap perempuan yang mengakibatkan konstruksi sosial. Aplikasi pemercantik dan filter digital yang semakin menekankan nilai-nilai estetika yang memperkuat objektifikasi. Dalam konteks konten digital, sebagian konten kreator menggunakan elemen-elemen visual tertentu untuk menarik perhatian audiens, sering kali tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap representasi perempuan dalam jangka panjang.

Penelitian terdahulu juga menyoroiti bagaimana media membentuk stereotip gender melalui berbagai strategi representasi. Dalam penelitian yang membahas komik Instagram, ditemukan bahwa media sosial berkontribusi besar dalam membentuk persepsi masyarakat tentang peran gender, sering kali menampilkan perempuan dalam kerangka seksual yang memperkuat budaya patriarki (Prabowo et al., 2018). Sementara itu perempuan sering kali tidak menyadari bagaimana mereka diobjektifikasi dalam media sosial, bahkan dalam beberapa kasus, mereka justru mendukung atau menikmati konten yang bersifat objektifikasi tanpa menyadari dampaknya (Lestari et al., 2022).

Lebih lanjut, fenomena ini tidak bisa dilepaskan dari konteks social yang lebih luas. Berdasarkan data dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Malang, pada tahun 2023 terdapat 22 kasus kekerasan seksual terhadap perempuan yang mayoritas dilakukan oleh orang terdekat. Fenomena ini menunjukkan bagaimana budaya patriarki dan normalisasi pelecehan verbal masih menjadi tantangan besar dalam masyarakat kita. Dari perspektif hukum, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia menegaskan bahwa setiap perempuan berhak bebas dari segala bentuk kekerasan dan diskriminasi. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan membahas sejauh mana sikap dan kebijakan perlindungan perempuan mampu menekan penyebaran konten digital yang mengandung unsur objektifikasi dan diskriminasi.

Namun, penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada analisis isi dan belum banyak yang mengeksplorasi bagaimana audiens menerima dan memaknai objektifikasi dalam konten digital. Dengan pendekatan resepsi, penelitian ini akan mengisi kesenjangan

tersebut dengan menganalisis bagaimana audiens menafsirkan pesan objektifikasi perempuan dalam konten Mursid. Selain itu, penelitian ini juga penting mengingat tren media saat ini yang semakin eksplisit dalam mengeksploitasi tubuh perempuan untuk mendapatkan perhatian audiens. Dalam penelitian tentang wacana tubuh di Instagram yang menyoroti bahwa perempuan kerap kali dijadikan objek visual dalam iklan dan konten hiburan tanpa diberikan representasi yang seimbang (Anita et al., 2023). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa analisis resepsi dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana audiens menegosiasikan makna dalam konten media yang mengandung unsur objektifikasi

Studi ini akan menggunakan pendekatan teori encoding/decoding dari Stuart Hall untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan dan menegosiasikan makna dalam konten Mursid (Hall, 1980). Beberapa audiens mungkin menerima objektifikasi tersebut sebagai hiburan, sementara yang lain mungkin melihatnya sebagai bentuk marginalisasi perempuan. Studi ini akan mengeksplorasi bagaimana berbagai kelompok audiens (berdasarkan gender, usia, dan latar belakang sosial) merespons representasi perempuan dalam episode tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menganalisis elemen-elemen visual dan naratif dalam episode “*Sop Rambut*” serta mengeksplorasi bagaimana audiens merespons konten tersebut. Melalui metode analisis resepsi, penelitian ini akan mengkaji bagaimana struktur naratif dan penggunaan simbol visual dalam konten tersebut berkontribusi pada objektifikasi perempuan.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada kajian media dan gender dengan mengeksplorasi bagaimana objektifikasi perempuan dalam konten digital dapat dipahami dalam konteks lebih luas mengenai representasi gender dalam budaya populer. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi kreator konten, akademisi, dan pembuat kebijakan mengenai pentingnya membangun narasi yang lebih inklusif dan berimbang dalam representasi gender di media digital. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama. Bagaimana objektifikasi perempuan direpresentasikan dalam konten *Mursid* pada episode “*Sop Rambut*”, dan bagaimana audiens memahami representasi tersebut dalam konteks media digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada Bagaimana Penerimaan anggota Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Malang Pada Konten Mursid Episode Sop Rambut Yang mengandung unsur objektifikasi pada perempuan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Objektifikasi Perempuan Dalam Konten TikTok Mursid Episode Sop Rambut” ini adalah untuk menganalisis bagaimana audiens menafsirkan konten Sop Rambut yang mengandung unsur objektifikasi pada perempuan, mengidentifikasi pola penerimaan audiens berdasarkan faktor sosial dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang objektifikasi perempuan yang terjadi pada media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini memberikan wawasan yang relevan bagi para influencer dan konten kreator, khususnya di platform seperti TikTok, untuk memahami bagaimana audiens merespons konten yang mengandung unsur objektifikasi perempuan. Dengan pemahaman ini, mereka dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih etis, menghormati nilai-nilai sosial, dan menghindari produksi konten yang berpotensi menyinggung atau mendiskriminasi kelompok tertentu.
2. Penelitian ini mendorong terciptanya kesadaran etis dalam menciptakan dan menyebarkan konten digital. Memberikan pemahaman bagi para kreator untuk tidak hanya mengejar popularitas atau keterlibatan audiens, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dari pesan yang mereka sampaikan, terutama terkait representasi perempuan. Ini penting untuk menciptakan ruang digital yang lebih sehat, adil, dan bebas dari bentuk-bentuk objektifikasi dan diskriminasi.

b. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang studi media sosial dan gender. Dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi, penelitian ini membuka pemahaman baru mengenai bagaimana audiens memaknai representasi perempuan dalam konten digital, dan mengapa respons tersebut muncul dalam konteks sosial tertentu.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah dalam studi objektifikasi perempuan di media sosial. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada persepsi dan pemaknaan audiens, yang selama ini masih jarang dijadikan fokus utama dalam studi media. Dengan begitu, penelitian ini memperkaya pendekatan dalam studi media digital dengan menempatkan audiens sebagai subjek aktif yang memiliki penilaian dan pemaknaan terhadap konten yang mereka konsumsi.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan studi serupa. Temuan dan analisis dalam penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam membangun teori baru, menyusun model komunikasi yang lebih responsif terhadap isu gender, atau melakukan eksplorasi lanjutan terkait relasi antara media, audiens, dan konstruksi sosial dalam ranah digital.