

OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN DI MEDIA SOSIAL PADA AKUN @BIDADARI MIKOMYK MELALUI PERSPEKTIF NUSSBAUM

Dwi Nur Rohim ^{1*}; Rivga Augusta ²

^{1,2} Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia;
dwinurrohimi1412@student.amikom.ac.id¹; rivgagusta@amikom.ac.id²

*Correspondence : dwinurrohimi1412@student.amikom.ac.id

ABSTRAK

Di era modern, budaya patriarki ternyata masih dipertahankan. Budaya tersebut terjadi di dunia digital melalui media sosial dan menjadikan perempuan seolah olah tidak berdaya serta hanya menjadi objek pemuas laki laki. Hal ini terjadi pada akun instagram @bidadariamikomyk. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk objektifikasi perempuan dalam akun @bidadariamikomyk dan memahami implikasinya terhadap budaya patriarki menggunakan metode analisis wacana Sara Mills dengan posisi subjek-objek dan berlandaskan tujuh bentuk objektifikasi menurut Teori Objektifikasi Nussbaum. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis unggahan dan komentar di setiap postingan akun @bidadariamikomyk. Hasilnya, terdapat beberapa komentar yang termasuk dalam tujuh bentuk objektifikasi oleh Nussbaum dari postingan yang mengarah pada penyangkalan otonomi, alat keperluan orang lain, seolah olah dimiliki, bisa ditukarkan, bisa dirusak, pandangan keterbatasan gerak perempuan sampai penyangkalan subjektivitas perempuan. Dari penelitian tersebut dapat diidentifikasi bentuk objektifikasi sesuai dengan kategori serta memahami implikasinya terhadap budaya patriarki dalam ranah media sosial di lingkungan perguruan tinggi.

Kata kunci

@bidadariamikomyk, Instagram, Konten Komentar, Objektifikasi, Perempuan

ABSTRACT

In the modern era, patriarchal culture is still maintained. This culture occurs in the digital world through social media and makes women seem helpless and only become objects of male satisfaction. This happens on the Instagram account @bidadariamikomyk. This study aims to identify the forms of objectification of women in the @bidadariamikomyk account and understand its implications for patriarchal culture using Sara Mills' discourse analysis method with subject-object position and based on seven forms of objectification according to Nussbaum's Objectification Theory. The data collection technique was carried out by analyzing the uploads and comments on each post of the @bidadariamikomyk account. As a result, there are several comments included in the seven forms of objectification by Nussbaum from posts that lead to denial of autonomy, tools for other people's needs, as if they are owned, can be exchanged, can be damaged, views on the limitations of women's movements to the denial of women's subjectivity. From this research, we can identify forms of objectification in accordance with the categories and understand the implications for patriarchal culture in the realm of social media in the university environment.

Keywords

@bidadariamikomyk, Comment, Instagram, Objectification, Woman

Pendahuluan

Perempuan dan segala hal mengenai tubuhnya selalu menjadi ketertarikan oleh media untuk dijadikan objek (Samodro, 2022). Perempuan selalu berada di posisi subordinat dan dijadikan “alat” pemuas nafsu bagi laki laki. Ironisnya, terdapat berbagai cara untuk menjadikan perempuan sebagai objek pemuas nafsu tersebut. Tindakan yang berkaitan dengan penempatan perempuan sebagai objek tersebut dikenal dengan objektifikasi perempuan (Ihsan, 2023).

Kemunculan tindakan objektifikasi perempuan bukanlah tanpa sebab. Perempuan dengan segala lekuk tubuhnya dinilai mempunyai nilai komersial maupun nilai jual yang tinggi (Fitriana, 2014). Perempuan digambarkan sebagai makhluk pemuas kebutuhan melalui keindahan tubuhnya (Pratama, 2020). Bahkan tindakan yang menjadikan perempuan sebagai objek masih dipertahankan hingga saat ini.

Media berperan penting dalam mempertahankan budaya patriarki dan membangun cara pandang publik terhadap gender (Azizah, 2024). Salah satu pengaruhnya adalah fenomena kemunculan media sosial dengan label akun “mahasiswi cantik”. Sebagai perbandingan, menurut databooks.co.id jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 51,3% perempuan dan 48,7% laki laki pada tahun 2024. Perbandingan jumlah perempuan yang lebih banyak memungkinkan bertambahnya tindakan objektifikasi dari realita yang dilaporkan melalui fitur media sosial (Marietha, 2021).

Akun instagram @bidadariamikomyk merupakan akun media sosial dengan label “mahasiswi cantik” yang sudah ada sejak tahun 2014. Akun @bidadariamikomyk adalah akun yang memposting foto mahasiswi Universitas Amikom Yogyakarta dimana sampai 28 Oktober 2024, telah memiliki 12.000 pengikut dan 363 postingan. Sistem publikasi dilakukan dengan pengiriman foto mahasiswi melalui *Direct Message* maupun email bidadariamikomyk@gmail.com dengan keterangan nama, program studi serta tahun masuk mahasiswi tersebut.

Akun @bidadariamikomyk menarik untuk diteliti karena akun dengan label “mahasiswi cantik” tersebut menjadi salah satu akun yang masih aktif sebagai media objektifikasi. Perbandingan dilakukan dengan membandingkan masa aktif akun @bidadariamikomyk dengan akun satu kategori yakni akun *micro influencer* dan bersifat terbuka. Akun *micro influencer* adalah akun yang memiliki 10.000-100.000 *followers* (Yunas, 2023). Dapat diketahui, akun @bidadariamikomyk menjadi salah satu pelopor kemunculan akun serupa dengan usia sepuluh tahun dari 2014-2024 dan sampai 24 Oktober 2024 masih mempublikasikan postingannya.

Dari perhitungan menggunakan *tools* analisis perkembangan media sosial yakni notjustanalitycs.com, akun @bidadariamikomyk memiliki perbedaan dengan akun lainnya. Akun @bidadariamikomyk mengalami kenaikan interaksi tertinggi yakni 19,95% dibandingkan akun sejenisnya per 28 Oktober 2024. Kenaikan angka tersebut menjadikan akun @bidadariamikomyk memiliki interaksi tertinggi dibandingkan dengan akun sejenis lainnya. Interaksi tersebut menggambarkan kondisi *viewers* yang terlibat baik dari *like, share, comment* dan *save*.

Di sisi lain, ternyata terdapat sekelompok orang yang masih mendukung dan menganggap postingan dalam akun @bidadariamikomyk masih dalam ranah postingan yang aman. Hal ini ditunjukkan dari tindakan yang merekomendasikan mahasiswi untuk dipublikasi sampai komentar yang mendukung tindakan objektifikasi. Tindakan

mempublikasikan foto mahasiswi dalam akun @bidadariamikomyk, dipandang sebagai salah satu bentuk kebebasan berekspresi.

Berlandaskan pada sikap pro dan kontra tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai objektifikasi perempuan di sosial media dengan judul "*Objektifikasi Perempuan Di Media Sosial (Studi Kasus Akun @Bidadariamikomyk Berdasarkan Kajian Nussbaum)*". Penelitian dilakukan dengan membandingkan penelitian sebelumnya yang berjudul "*Objektifikasi dan Konstruksi Cantik pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpadgeulis*". Perbedaannya, penelitian sebelumnya menggunakan teori objektifikasi Laura Mulvey yang dikenal dengan Male Gaze dengan tiga perspektif yakni 1.) *the man behind the camera*, 2.) *the male characters within the film's cinematic representations*, 3.) *the spectator gazing at the image* (Pertwi, 2024). Sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan teori objektifikasi oleh Martha Nussbaum dengan fokus pada tujuh bentuk objektifikasi. Tujuh bentuk objektifikasi tersebut adalah 1.) *Instrumentality*, 2.) *Denial of autonomy*, 3.) *Inertness*, 4.) *fungibility*, 5.) *Violability*, 6.) *Ownership* dan 7.) *Denial of subjectivity*. Teori ini dipilih karena mampu menjabarkan bentuk objektifikasi sesuai dengan kategorinya dengan lebih detail. Nantinya akan melibatkan analisa dan identifikasi dalam berbagai bentuk objektifikasi yang terjadi dalam narasi (Wardani dan Suherman, 2023).

Selain itu, riset mengenai objektifikasi perempuan masih terbatas pada karya audio visual dan sastra. Contohnya adalah penelitian yang berjudul oleh Lutfiyanti dan Hnadayani (2023) dimana penelitian berfokus pada objektifikasi perempuan yang terjadi novel berjudul "Naqah Shalihah". Dalam penelitian tersebut hanya berfokus pada satu karya sastra saja dengan fokusnya pada kritik untuk realitas sosial karena ketidakadilan perempuan di Kuwait yang masih terjebak dengan budaya patriarki (perjodohan, kesenjangan social dan keterbatasan kesempatan).

Sedangkan dalam karya audio visual, penelitian berfokus pada tanda objektifikasi pada scene filmnya menggunakan analisis semiotika. Contohnya adalah penelitian yang berjudul "*Representasi Male Gaze Pada Film "Open Bo TheSeries" (Analisis Semiotika Roland Barthes)*" oleh Syahbana dan Puspita (2024) yang berfokus pada 22 scene yang mengarah pada objektifikasi. Penelitian berfokus pada scene sebagai penggambaran fantasi laki laki oleh sutradara. Sehingga dari riset tersebut memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti seperti objektifikasi pada novel yang berfokus pada cerita karangan sebagai kritik sosial tentang perjodohan, kesenjangan sosial dan keterbatasan kesempatan serta objektifikasi pada film yang berfokus pada analisis tanda objektifikasi tiap scenenya menggunakan analisis semiotika. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada objektifikasi perempuan di media sosial di ranah pendidikan tinggi yang masih terbatas pembahasannya melalui bentuk objektifikasi kajian Nussbaum.

Masalah utama yang diteliti adalah tindakan yang menjadikan perempuan sebagai objek pemuas nafsu dalam akun @bidadariamikomyk yang dianggap sebagai hal yang biasa saja bahkan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi *viewers*. Oleh sebab itu, rumusan masalahnya adalah bagaimana bentuk dan implikasi dari objektifikasi perempuan pada akun @bidadariamikomyk. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi bentuk objektifikasi perempuan dalam akun @bidadariamikomyk dan memahami implikasinya terhadap budaya patriarki. Dengan demikian, manfaat praktisnya adalah mampu mengubah pandangan perempuan terhadap diri sendiri serta dapat dijadikan acuan untuk lebih bijak dalam memandang perempuan bagi orang lain.

Metode

Penelitian dilakukan dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini mengonstruksi dan memaparkan kebenaran sesuai dengan fenomena dan realita sosial yakni objektifikasi perempuan dalam akun instagram @bidadariamikomyk. Sedangkan pendekatan dilakukan dengan kualitatif deskriptif. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan digunakan untuk menjabarkan fenomena tanpa prosedur kuantifikasi serta tanpa manipulasi data variabel sehingga mampu menggambarkan objektifikasi perempuan secara apa adanya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Assyakurrohim (2023) menjelaskan studi kasus berperan penting dalam memahami fenomena secara mendalam. Studi kasus dipilih karena mampu berfokus pada suatu permasalahan secara detail sehingga dapat membuka realitas dibalik permasalahan tersebut. Dengan metode studi kasus dapat menjawab rumusan masalah serta berfokus pada tujuan penelitian dengan mengidentifikasi bentuk objektifikasi perempuan di media sosial dan menjabarkan implikasinya terhadap budaya patriarki secara mendalam. Selain itu, metode studi kasus digunakan agar menjabarkan beberapa fakta objektifikasi dan hubungan objektifikasi di media sosial dengan bidang keilmuan sebagai acuan perumusan strategi berbasis gender. Terdapat sumber data penelitian yang terdiri atas dua yakni data primer yang didapatkan secara langsung dalam akun instagram @bidadariamikomyk sedangkan data sekunder didapatkan melalui artikel ilmiah, buku elektronik, artikel berita dan penelitian terkait lainnya.

Teknik pengumpulan data berupa observasi dan studi pustaka. Data yang dimaksud adalah komentar postingan dalam waktu 5 tahun dari 2019-2024 sebanyak 115 postingan dan komentar yang dipilih adalah yang mengarah pada bentuk objektifikasi. Analisis menggunakan sistem filtrasi tanpa menggunakan perangkat kuantitatif. Hal ini dilakukan dengan melihat dan menyesuaikan setiap komentar yang mengarah pada bentuk objektifikasi dan membuang komentar yang tidak termasuk dalam bentuk objektifikasi. Untuk meningkatkan kredibilitas dan validitas dalam penelitian, maka digunakanlah triangulasi data dengan jenis triangulasi metode Triangulasi metode dilakukan melalui observasi dan studi pustaka terhadap sumber data.

Adapun analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis wacana oleh Sara Mills. Analisis wacana Sara Mills dipilih karena dari berbagai model analisis wacana, analisis wacana Sara Mills berfokus pada wacana feminisme sehingga berkaitan erat dengan topik penelitian (Meilani, 2022). Sehingga, dengan analisis wacana kritis Sara Mills mampu menjawab rumusan masalah dengan mengidentifikasi bentuk objektifikasi perempuan di media sosial secara mendalam dan lebih komperhensif dari sudut pandang feminisme. Terdapat dua konsep inti dari analisis wacana Sara Mills yakni posisi subjek-objek dan posisi pembaca (Lubis, 2023). Dalam penelitian, posisi subjek-objek dipilih untuk menganalisis akun @bidadariamikomyk.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Objektifikasi Pada Akun @bidadariamikomyk

Akun Instagram @bidadariamikomyk menjadi media baru yang menampilkan foto mahasiswi Universitas Amikom Yogyakarta dan menggiring tindakan yang menjadikan perempuan sebagai objek. Objektifikasi tersebut terjadi melalui pengunggahan foto yang dikomentari oleh *viewers*. Komentar yang terdapat di setiap postingan sangat beragam

dari pujian, seksisme bahkan mengarah pada konstruksi cantik dan pelecehan seksual secara verbal. Adapun bentuk objektifikasi yang terjadi pada akun @bidadariamikomyk adalah sebagai berikut:

Penyangkalan Otonomi Perempuan (*Denial of Autonomy*)

Dalam akun @bidadariamikomyk, terdapat beberapa hal yang mendeskripsikan adanya tindakan penyangkalan otonomi perempuan (*Denial of Autonomy*). Hal tersebut terlihat dari komentar yang menganggap perempuan tidak memiliki otonomi dalam kehidupannya sendiri. Adapun bentuk komentar yang mengarah pada penyangkalan otonomi perempuan adalah sebagai berikut :

Gambar.1. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Denial of Autonomy*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

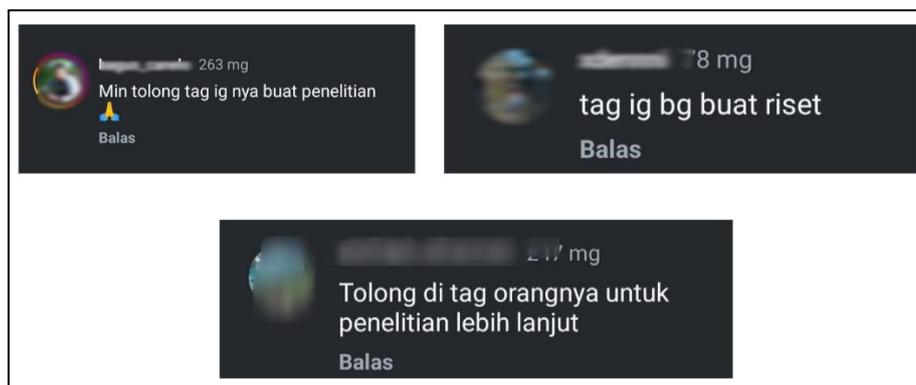
Komentar seperti “(komentar doxing mahasiswi) keren kupas abis sampe nim, (doxing data mahasiswi) heker mas, orang dalem saya mas” dipilih karena merepresentasikan sikap menyangkal hak dan otonomi perempuan dalam kajian Nussbaum. Tindakan tersebut menimbulkan ketidakadilan bagi perempuan dengan mempublikasikan data pribadi mahasiswi dari nama, prodi, tahun masuk hingga nomor induk mahasiswa atau *doxing*. *Doxing* merupakan tindakan tidak sah yang mempublikasikan data pribadi seseorang di internet. *Doxing* mengakibatkan kerugian bagi perempuan karena data pribadinya dipublikasikan tanpa persetujuan. Sehingga, komentar seperti itu termasuk dalam bentuk objektifikasi oleh Nussbaum *Denial of Autonomy*.

Akun @bidadariamikomyk menentukan nasib dan memberikan batasan ruang gerak mahasiswi dengan mempublikasikan data diri mahasiswi ke publik yang seharusnya termasuk ke dalam ranah privasi dan hak pribadi mahasiswi. Berdasarkan data yang telah dijabarkan, dapat dipahami bahwasannya akun @bidadariamikomyk melalui komentarnya telah melakukan objektifikasi terhadap perempuan serta melanggar norma gender dengan menolak otonomi.

2. Alat keperluan orang lain (*Instrumentality*).

Dalam akun @bidadariamikomyk juga menunjukkan tindakan yang mengarah pada pandangan bahwasannya perempuan dijadikan alat keperluan orang lain. Tindakan tersebut tentunya menjadi salah satu tindakan dalam objektifikasi terhadap perempuan dalam bentuk instrumentalitas. Hal ini dapat dilihat dari komentar pada postingan di akun @bidadariamikomyk diantaranya adalah :

Gambar.2. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Instrumentality*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

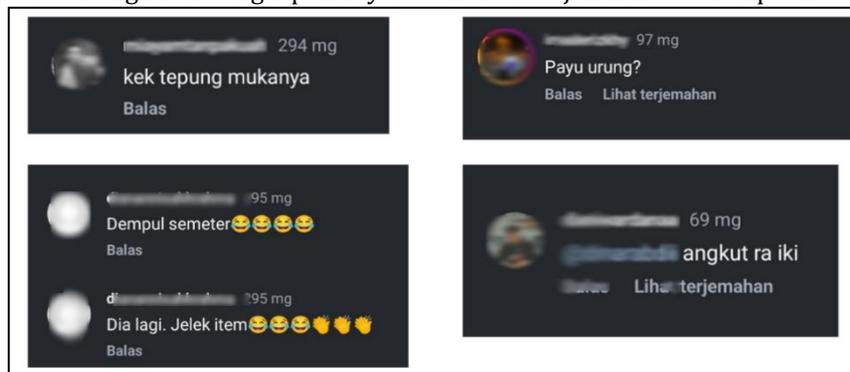
Komentar seperti “*Min tolong tag ignya buat penelitian, Tag ig buat riset*” dipilih menjadi representasi objektifikasi kajian Nussbaum karena mencerminkan tindakan yang menjadikan perempuan sebagai alat kepentingan saja. Berdasarkan komentar yang membocorkan akun mahasiswi dengan tujuan untuk dijadikan penelitian, dapat diketahui adanya tindakan objektifikasi dimana mahasiswi sebagai alat keperluan dan kepentingan orang lain (*instrumentality*). Fallahnda (2024) menjelaskan bahwa instrumental dijabarkan sebagai sikap yang dilakukan guna mencapai tujuan praktis. *Instrumental dilaksanakan dengan tujuan tertentu sesuai kehendak pelaku.*

Perempuan dijadikan kebutuhan penelitian saja sehingga hanya dimanfaatkan untuk memenuhi keperluan semata oleh pelaku. Pelaku mendapatkan keuntungan berupa data akun mahasiswi untuk keperluan penelitian sedangkan perempuan tidak mendapatkan keuntungan. Hal ini melanggar norma gender dengan menjadikan perempuan sebagai alat pemenuhan kebutuhan tanpa mempertimbangkan kesediannya.

Pandangan Keterbatasan Gerak Perempuan (*Inertness*)

Hasil analisis menunjukkan adanya tindakan objektifikasi perempuan dalam akun @bidadariamikomyk yang ditunjukkan dengan anggapan perempuan yang tidak bisa bergerak secara bebas, tidak bisa bertindak, tidak memiliki kapabilitas dan dianggap sebagai benda mati yang tidak memiliki kekuatan (Nussbaum, 1995). Perempuan dipandang sebagai individu yang tidak berdaya dan kurang aktif dalam mengambil keputusan dan tindakan. Adapun bentuk dari anggapan keterbatasan gerak perempuan dalam akun @bidadariamikomyk adalah sebagai berikut :

Gambar.3. Rangkaian Tangkapan Layar Komentar Objektifikasi Perempuan *Inertness*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

Komentar seperti “*Angkut ra iki?, payu urung?*” menjadi salah satu representasi pandangan perempuan sebagai benda mati dan tidak berdaya selayaknya barang. Komentar tersebut mengarah pada objektifikasi yang menganggap perempuan sebagai benda mati, tidak mandiri dan tidak memiliki daya untuk melawan. Komentar tersebut menganggap perempuan layak untuk diangkut atau diambil selayaknya barang dan tidak memiliki kekuatan untuk melawan. Komentar lainnya seperti “*payu urung*” yang berarti “*sudah laku belum*” yang menggambarkan perempuan sebagai benda mati dengan adanya pertanyaan sudah laku atau belum selayaknya barang yang dijual.

Fakih (2012) menjelaskan bahwa tindakan tersebut termasuk ke dalam ketidakadilan gender yang berarti terjadi ketimpangan dan merugikan salah satu pihak. Ketidakadilan gender yang terjadi dalam postingan tersebut termasuk dalam kategori stereotip. Stereotip merupakan tindakan pelabelan yang bersifat negatif yang dalam hal ini adalah pelabelan bahwasannya perempuan adalah makhluk lemah dan tidak berdaya (Jumitasari, 2023).

Pandangan Perempuan Dapat Ditukarkan (*Fungibility*)

Akun @bidadariamikomyk juga berpotensi menimbulkan masalah yang mengkhawatirkan. Permasalahan tersebut adalah adanya anggapan bahwasannya perempuan bisa menjadi barang yang bisa ditukarkan tanpa mempertimbangkan perbedaan karakter yang unik bagi setiap individunya (Nussbaum, 1995). Melalui komentar pada akun @bidadariamikomyk, dapat dijumpai adanya pandangan perempuan dapat ditukarkan tanpa memperhatikan nilai keunikan setiap perempuan. Adapun bentuk *fungibility* dalam akun @bidadariamikomyk adalah sebagai berikut :

Gambar.4. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Fungibility*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

Anggapan perempuan bisa ditukarkan sesuai dengan kajian Nussbaum direpresentasikan melalui komentar seperti “*“Mau Wanya 250k mksh, Sejam brp?”*”. Komentar tersebut termasuk dalam *fungibility* dengan penekanan bahwa perempuan sebagai individu yang bisa ditukarkan. *Fungibility* berfokus pada anggapan perempuan sebagai entitas yang bisa diganti ataupun ditukarkan dengan objek lain tanpa melihat identitas dan nilai keunikan perempuan sebagai individu (Lutfiyanti dan Handayani, 2023).

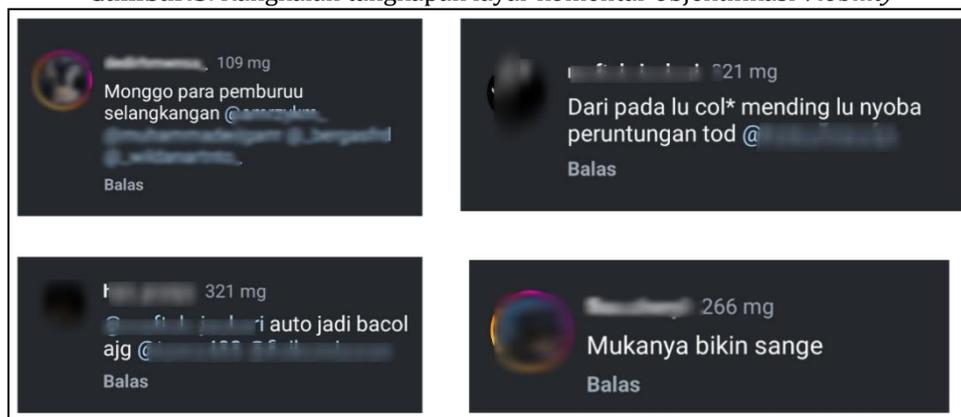
Komentar tersebut menggambarkan perempuan yang ditukarkan melalui privasinya yakni nomor whatsapp dengan uang senilai dua ratus lima puluh ribu rupiah sampai komentar yang mengarah pada penggambaran perempuan sebagai PSK yang bisa dimiliki hanya untuk memuaskan nafsu birahi saja. Oleh karena itu, komentar tersebut dipilih karena mengarah pada objektifikasi kajian Nussbaum serta

merendahkan perempuan sehingga melanggar norma gender dengan menciptakan stereotip sebagai hasil dari budaya patriarki.

Pandangan perempuan dapat dirusak (*Viobility*)

Viobility merupakan pandangan yang menganggap seseorang dapat dirusak, dilukai bahkan dihancurkan. Dalam konteks tersebut, perempuan dipandang sebagai individu lemah, rentan serta hanya menjadi korban dari adanya sistem patriarki (Lutfiyanti dan handayani 2023). Beberapa contoh tindakan yang menunjukkan adanya viobilitas dalam akun @bidadariamikomyk adalah sebagai berikut :

Gambar.5. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Viobility*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

Komentar seperti "*Pecahkan balonnya, Monggo para pemburu selangkangan, Auto jadi bacol ajg*" dipilih sebagai representasi viobilitas dalam kajian Nussbaum karena mengarah pada anggapan perempuan bisa disakiti, bisa dirusak dan dieksploitasi secara seksualitas. Dalam konteks objektifikasi, komentar tersebut menganggap perempuan sebagai individu yang tidak memiliki ruang gerak mandiri dan menjadi objek seksisme serta menjadi pemuas nafsu birahi dengan dilukai atau dirusak baik fisik dan non fisik.

Komentar tersebut menjadi bukti adanya tindakan yang mengarah pada pandangan perempuan dapat dilanggar hukumnya dengan merusak dan dilukai secara fisik dan batin serta dijadikan bahan pemuas nafsu birahi laki laki. Secara tidak langsung, melanggar hak perempuan untuk mandiri serta merendahkan perempuan yang dianggap hanya menjadi bahan pemuas bagi laki laki serta melecehkan perempuan. Hal ini berakibat pada ketidakadilan gender dengan bentuk kekerasan baik fisik dan juga non fisik seperti pelecehan (Fakih, 2012).

Pandangan kepemilikan perempuan (*Ownership*)

Dalam akun @bidadariamikomyk juga tidak luput dari adanya tindakan yang mengarah pada *ownership*. Tindakan tersebut merupakan pandangan, sikap dan perilaku yang menganggap seseorang yang dalam hal ini adalah perempuan sebagai miliknya sendiri (kepemilikan). Adapun hal hal yang menandakan adanya tindakan kepemilikan perempuan untuk dirinya sendiri adalah sebagai berikut :

Gambar.6. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Ownership*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

Representasi objektifikasi kajian Nussbaum berupa *ownership* dengan tindakan pengklaiman secara sepihak tanpa persetujuan perempuan ditunjukkan dengan pemilihan komentar seperti “*Punyaku punyaku punyaku, Ini mah punya gua*”. Perempuan seharusnya diberikan kebebasan penuh dalam menentukan pasangannya dan tidak boleh ada larangan yang memaksa dalam menentukan pasangannya tersebut (Asmawi, 2020). Bahkan kebebasan memilih pasangan termasuk dalam hak asasi manusia yang dijamin sepenuhnya. Penjaminan tersebut contohnya adalah adanya undang-undang No. 1 Tahun 1974 tentang perkawinan serta UU No. 7 tahun 1984 tentang pengesahan konvensi perempuan. Sehingga, dilarang adanya tindakan yang mengklaim dan menganggap perempuan menjadi miliknya sendiri tanpa persetujuan perempuan tersebut.

Komentar seperti “*punyaku punyaku punyaku, ini mah punya gua*” merupakan salah satu bentuk objektifikasi yang mengindikasikan pandangan perempuan bisa dimiliki. Dari komentar tersebut terlihat jelas pelaku objektifikasi yang menjadikan perempuan sebagai miliknya sendiri secara utuh tanpa mempertanyakan kemauan dan kesediaan perempuan. Hal tersebut tentunya tidak sesuai dengan norma gender serta menginterpretasikan budaya patriarki dengan menimbulkan ketidakadilan gender berupa marginalisasi dimana perempuan dipinggirkan secara haknya.

Penyangkalan Perasaan dan Pengalaman (*Denial of Subjectivity*)

Masyarakat akan membentuk, mengembangkan serta mengonstruksikan standar kecantikan untuk bisa dianggap “ideal” maupun tidak “ideal”. Hal ini sesuai dengan teori Mitos Kecantikan atau *Beauty Mith* oleh Naomi Wolf yang mengatakan lingkungan membentuk standar dengan adanya berbagai faktor (Pasaribu dan Pramiyanti, 2023). Lebih lanjut Pasaribu dan Pramiyanti (2023) menjelaskan bahwa standar yang diciptakan akun dengan label “mahasiswi cantik” tersebut adalah seperti kulit putih, rambut yang panjang, badan yang tidak gemuk, serta berwajah mulus. Sehingga mahasiswi yang dipublikasikan beranggapan bahwasannya dirinya termasuk ke dalam standar kecantikan tersebut dan layak untuk dianggap “cantik”.

Ternyata tidak semua perempuan yang dalam hal ini mahasiswi bisa dianggap “cantik” karena tidak memenuhi standar kecantikan pada akun @bidadariamikomyk tersebut. Hal tersebut ditunjukkan dari adanya filtrasi foto yang akan dipublikasikan serta beberapa komentar seperti berikut:

Gambar.7. Rangkaian tangkapan layar komentar objektifikasi *Denial of Subjectivity*



Sumber : akun Instagram @bidadariamikomyk

Komentar “*Bidadari kok ngene jadi takut aku, Cantik karena filter ini mah, “Karya dokter kecantikan sungguh mengagumkan”* dipilih sebagai cerminan objektifikasi *Denial of Subjectivity* kajian Nussbaum karena mengindikasikan adanya penyangkalan perasaan, pengalaman serta subjektifikasi pada perempuan. Komentar tersebut menyangkal adanya cara pandang tentang kecantikan yang berbeda serta menyangkal adanya perasaan perempuan yang dianggap tidak memenuhi standar kecantikan tersebut. Hal ini disebut dengan *Denial of Subjectivity*.

Denial of Subjectivity merupakan sikap, perilaku dan tindakan yang mendeskripsikan kondisi seseorang maupun kelompok yang dalam hal ini adalah perempuan yang ditolak dan tidak diakui cara pandang, keinginan dan perasaannya (Nussbaum, 1995). Pengalaman dan perasaan perempuan seringkali tidak diakui sehingga berakibat pada diabaikannya perempuan sebagai makhluk hidup. Penyangkalan subjektivitas menganggap perasaan orang lain yang dalam hal ini adalah perempuan tidak penting dan semena mena dalam bertingkah laku dengan perempuan (Widodo, 2020).

Terdapat komentar yang mengarah pada bentuk objektifikasi dengan tidak mengakui subjektifikasi perempuan. Dari komentar “*cantik filter itu mah*” membuktikan adanya pandangan yang menolak adanya bentuk fisik perempuan dan menciptakan standar kecantikan natural tanpa filter. Komentar lainnya seperti “*bidadari kok ngene jadi takut aku*” juga menjadi salah satu bentuk objektifikasi dikarenakan menolak adanya perempuan dengan segala bentuk fisiknya dengan komentar yang seolah olah menakutkan laki laki dengan bentuk kecantikan yang tidak sesuai dengan standar laki laki serta mempertanyakan standar kecantikan akun @bidadariamikomyk. Dari hasil tersebut data diketahui budaya patriarki mengonstruksi kecantikan dan membentuk standar kecantikannya sendiri. Hal tersebut tentunya melanggar norma gender dengan marginalisasi perempuan sehingga terjadi ketidakadilan gender.

Implikasi Identifikasi Bentuk Objektifikasi Terhadap Kebijakan

Jika dihubungkan dengan penelitian sebelumnya oleh Pasaribu dan Pramiyanti, 2023, terdapat beberapa perbedaan dalam analisis objektifikasi di media sosial. Penelitian sebelumnya menjabarkan tentang objektifikasi fisik perempuan, pelabelan perempuan, sampai konstruksi kecantikan perempuan di media sosial. Sedangkan hasil penelitian mengidentifikasi bentuk objektifikasi secara lebih mendalam dengan

mengategorikan komentar sesuai dengan bentuk objektifikasinya dalam ranah media social tanpa mengonstruksi standar kecantikan pada akun @bidadariamikomyk.

Sehingga dengan mengidentifikasi bentuk objektifikasi secara lebih detail dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan sumber daya manusia yang adil dalam perspektif gender. Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi bentuk objektifikasi dengan kajian Nussbaum yang seringkali secara sadar maupun tidak sadar dilakukan oleh siapapun. Dengan identifikasi bentuk objektifikasi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan mengenai perempuan yang selalu menjadi subordinat dan dapat dijadikan acuan dalam perumusan strategi dan kebijakan dalam pembangunan berkelanjutan berbasis gender. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam mendorong kenaikan partisipasi dalam menciptakan kesetaraan gender berbasis digital serta berkontribusi meningkatkan kesadaran untuk melawan ketidakadilan gender.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada akun @bidadariamikomyk, didapatkan bukti adanya objektifikasi terhadap perempuan dalam berbagai bentuk. Bentuk objektifikasi tersebut meliputi *Denial of Autonomy* yang ditunjukkan dari tindakan *doxing*, *Instrumentality* yang ditunjukkan penggunaan akun mahasiswi hanya untuk riset dan keperluan pribadi, *Viobility* yang ditunjukkan dari komentar yang menjadikan perempuan sebagai bahan pemuas nafsu, *Fungibility* yang ditunjukkan dari anggapan perempuan bisa dibeli dengan uang selayaknya PSK, *Inertness* yang ditunjukkan dari anggapan perempuan sebagai barang yang bisa diangkut dan dijual, *Ownership* yang ditunjukkan dari pandangan terhadap perempuan sebagai miliknya sendiri dan *Denial of Subjectivity* yang dicerminkan dari penyangkalan cara pandang dan perasaan mengenai standar kecantikan.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bawasannya kemunculan akun @bidadariamikomyk menjadi media untuk keberlangsungan tindakan yang menjadikan perempuan sebagai objek semata. Dari pembahasan tersebut merefleksikan masih bertahannya budaya patriarki bahkan di lingkungan pendidikan tinggi yang secara sadar maupun tidak sadar dilakukan oleh siapapun dalam bentuk verbal berbasis digital. Implikasinya, dengan adanya penelitian ini mampu berkontribusi baik secara teori maupun praktis sebagai acuan dan pengetahuan terbaru dalam merumuskan kebijakan berbasis gender serta melawan ketidakadilan gender dengan bentuk objektifikasi perempuan seperti penentuan kebijakan publikasi di media sosial yang mengatasnamakan pendidikan tinggi berbasis kesetaraan gender serta larangan tindakan *doxing*.

Selain itu, peneliti merekomendasikan adanya tindakan baik secara akademis untuk meneliti lebih lanjut untuk mengeksplorasi bentuk objektifikasi perempuan di media sosial yang lain, eksplorasi objektifikasi dalam konteks karya audio visual serta kajian objektifikasi yang bukan hanya mengkaji komentar. Sedangkan saran dalam bentuk tindakan praktis dilakukan dengan strategi pembatasan akun dengan label "mahasiswi cantik" di ranah pendidikan tinggi untuk mengurangi tindakan objektifikasi dalam ranah digital.

Referensi

- Asaroh, I. (2022, Maret 8). *The Male Gaze: Objektifikasi Perempuan yang Menghambat Pemberdayaan Diri*. Retrieved from [temanggung.times.co.id: https://temanggung.times.co.id/news/kopi-times/ec17lkpz2b/The-Male-Gaze-Objektifikasi-Perempuan-yang-Menghambat-Pemberdayaan-Diri](https://temanggung.times.co.id/news/kopi-times/ec17lkpz2b/The-Male-Gaze-Objektifikasi-Perempuan-yang-Menghambat-Pemberdayaan-Diri)
- Asmawi, N. I., & Bakry, M. (2020). Kebebasan Perempuan Dalam Memilih Calon Suami; Studi Perbandingan Antara Mazhab Syafi'i Dan Hanafi. *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab*, 212-229.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Azizah, S. (2024, November 7). *Media Melestarikan Budaya Patriarki*. Retrieved from www.netralnews.com: https://www.netralnews.com/media-melestarikan-budaya-patriarki/UHgvjcjlaRllMcko1ZEFtVFpmVEV0QT09
- Danugroho, A. (2023, Oktober 27). *Menggugah Kesadaran: Melawan Objektifikasi Seksualitas Perempuan di Media Massa*. Retrieved from radarjember.jawapos.com: https://radarjember.jawapos.com/opini/793164352/menggugah-kesadaran-melawan-objektifikasi-seksualitas-perempuan-di-media-massa
- Davidson, M. M., & Gervais, S. J. (2015). Violence Against Women Through the Lens of Objectification Theory. *Violence Against Women*, 330-354
- Davis, S. E. (2018). Objectification, sexualization, and misrepresentation: Social media and the college experience. *Social media+ society*, 4(3), 2056305118786727.
- Fakih, Mansour. 2012. *"Analisis Gender dan Transformasi Sosial"*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Fallahnda, B. (2024, Januari 3). *Contoh Tindakan Rasional Instrumental di Kehidupan Sehari-hari*. Retrieved from tirto.id: https://tirto.id/contoh-tindakan-rasional-instrumental-di-kehidupan-sehari-hari-gT2N
- Fitriana, R. (2014). Perempuan Dan Sensualitas: Bentuk Komodifikasi Tubuh Perempuan Melalui Body Image Yang Dikonstruksikan Didalam Iklan EXE. *Jurnal Unair*, 1.
- Gor, R. A. (2018). Objectification of woman in media. *International Journal of Research*, 6, 84-87.
- Ihsan, L. N. (2023, februari 11). *Objektifikasi Perempuan di Medsos: Kekeliruan Personal atau Konstruksi Budaya?* Retrieved from [konde.co: https://www.konde.co/2023/02/objektifikasi-perempuan-di-medsos-kekeliruan-personal-atau-hasil-konstruksi-budaya/](https://www.konde.co: https://www.konde.co/2023/02/objektifikasi-perempuan-di-medsos-kekeliruan-personal-atau-hasil-konstruksi-budaya/)
- Lutfiyati, I., Handayani, R. (2023). Men's Objectification of Women in the Novel "Naqah Shalihah" by Saud Al Sanousi. *Litteratura : Jurnal Bahasa dan Sastra*, 119-134.
- Jumitasari, J., Rasyimah, R., & Mahsa, M. (2023). Ketidakadilan gender pada tokoh perempuan dalam novel Sengketa Rasa karya Penabila: Tinjauan feminisme. *Kande: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(1), 73-85.
- 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.
- langit, A. (2021, agustus 22). *Mengenal Male Gaze, Cara Lensa Laki-Laki Memandang Perempuan dalam Film*. Retrieved from [parapuan.co: https://www.parapuan.co/read/532850846/mengenal-male-gaze-cara-lensa-laki-laki-memandang-perempuan-dalam-film](https://www.parapuan.co: https://www.parapuan.co/read/532850846/mengenal-male-gaze-cara-lensa-laki-laki-memandang-perempuan-dalam-film)
- Lusia Palulungan, M. H. (2017). *Memperkuat perempuan untuk keadilan dan kesetaraan*. Makassar: Yayasan BaKTI.
- Lubis, P. B. (2023). Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills dalam Media Sosial pada Akun Instagram@ lambeturah. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 3(1), 55-65.
- Marietha, A. R., Najwarani, D., Almuttaqin, F. P., Novianti, F. E., Sihotang, J., & Wulan, R. R. (2021). Fenomenologi Objektifikasi Seksual Pada Wanita Pengguna Tiktok Dan Instagram. *PRecious: Public Relations Journal*, 2(1), 65-81.

- Meilani, H., Surip, M., & Dalimunthe, S. F. (2022). Analisis wacana kritis model sara mills terhadap berita 3 pria sekap dan perkosa santriwati magelang berawal kenal di media sosial. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 6(2), 388-391.
- Rusyd, M, I., (2024). Objektifikasi perempuan dalam film uang panai' mahal (analisis semiotika roland barthes). *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)*, 467-478.
- Nussbaum, M. C. (1995). *Objectification. Philosophy & Public Affairs*, 24(4), 249-291
- Pasaribu A. L, Pramiyanti. A. (2023). Objektifikasi dan Konstruksi Cantik pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis. *Jurnal riset komunikasi*, 158-178.
- Pasha, S. A. (2023). Reviewing the Women Objectification in Media and its Impacts. *Human Nature Journal of Social Sciences*, 4(1), 576-585.
- Pratama, G. A. (2020). Eksploitasi perempuan dalam iklan media massa. *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra*, 10-14
- Pertiwi, S. P. (2024, april 30). *Kamus Feminis: Apa Itu Male Gaze? Objektifikasi Perempuan di Media untuk Penuhi Hasrat Laki-Laki*. Retrieved from konde.co: <https://www.konde.co/2024/04/kamus-feminis-apa-itu-male-gaze-objektifikasi-perempuan-di-media-untuk-penuhi-hasrat-laki-laki/>
- Rohana, S. (2015). *Analisis Wacana*. Makassar: CV Samudra Alif Mim.
- Samodro, D. (2022, April 21). *Objektifikasi diri perempuan sebagai dampak budaya patriarki*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/2834437/objektifikasi-diri-perempuan-sebagai-dampak-budaya-patriarki>
- Smelik, A. (2016). Gaze. In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies* (pp. 1-2). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss157>
- Syahbana, F., & Puspita, R. (2024). Representasi Male Gaze Pada Film "Open Bo The Series"(Analisis Semiotika Roland Barthes). *Journal Education Innovation (JEI)*, 2(2), 274-287.
- Wulandari, A. (2020). Pornografi yang (tidak) cabul:gender dan seksualitas . *Lensa Budaya: Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Budaya*, 37-49.
- Yunas, M. F., Yusuf, M. A., & Sekarini, R. A. (2023). Pengaruh Influencer dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 60-75.
- Yusuf, I. A. (2021, Juni 2). *Objektifikasi perempuan terjadi melalui berbagai media* . Retrieved from coomunication.uui.ac.id: <https://communication.uui.ac.id/perempuan-selalu-menjadi-korban-media/>