

Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Ruang Media Sosial Tiktok (Studi Kasus: Akun Tiktok Good Ponsel)

Rizky Taqiyyah Cintami

Tedi Erviantono

Piers Andreas Noak

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Correspondence: rzkytaqiyyah@gmail.com

Abstract

This research aims to see how the exploitation of the body in the social media space is studied through the TikTok account of the Good Ponsel company and what causes the exploitation of the female body to occur. Good Ponsel's TikTok account is one example of how marketing can be done through social media by objectifying women. This is to see how women's body ownership and its relationship with the marketing process in social media. This research was conducted using qualitative research methods, content analysis, and interviews as data collection techniques. In addition, the author uses the theories of semiotics, objectification of the female body, and sensuality of the female body as theoretical foundations and concepts. The author finds that the exploitation of women's bodies in social media by looking at the TikTok Good Ponsel account is carried out by encouraging female talent to dress openly and move sensually. This condition can occur because of efforts to attach meaning to increase the popularity of Good Ponsel through the markers displayed in the content, coupled with the stigma attached to society regarding the position of women who are below men. Therefore, this practice is a strategy that is still not widely challenged due to patriarchal power and the concept of ownership of women's bodies.

Keywords: Good Ponsel, TikTok, Exploitation of Women's Bodies, Semiotics, Patriarchy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana bentuk eksploitasi tubuh dalam ruang media sosial yang dikaji melalui akun TikTok milik perusahaan Good Ponsel dan apa saja yang menyebabkan eksploitasi tubuh perempuan tersebut dapat terjadi. Akun TikTok Good Ponsel merupakan salah satu contoh dari bagaimana pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial dengan mengobjektifikasi perempuan. Hal ini untuk melihat bagaimana kepemilikan tubuh perempuan dan keterkaitannya dengan proses pemasaran di media sosial. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif, analisis konten, dan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Selain itu, penulis menggunakan teori semiotika, objektifikasi tubuh perempuan, dan sensualitas tubuh perempuan sebagai landasan teori serta konsep. Penulis menemukan jika eksploitasi tubuh perempuan dalam media sosial dengan melihat akun TikTok Good Ponsel dilakukan dengan mendorong *talent* perempuan untuk berpakaian terbuka dan bergerak secara sensual. Kondisi ini dapat terjadi karena adanya upaya pelekatan makna untuk meningkatkan popularitas Good Ponsel melalui penanda yang ditampilkan dalam konten, ditambah dengan stigma yang melekat di masyarakat terkait tentang kedudukan perempuan yang berada di bawah laki-laki. Oleh karena itu, praktik ini menjadi strategi yang masih belum ditentang secara luas karena kekuasaan patriarki dan konsep kepemilikan tubuh perempuan.

Kata Kunci: Good Ponsel, TikTok, Eksploitasi Tubuh Perempuan, Semiotika, Patriarki

I. Pendahuluan

Perempuan dalam pandangan sosial dicitrakan sebagai makhluk yang emosional, mudah menyerah atau submisif, pasif, subjektif, lemah, dan mudah terpengaruh. Pandangan tersebut menimbulkan perspektif lain mengenai citra perempuan yang dianggap berada sebagai masyarakat kelas II yang hanya ditempatkan sebagai masyarakat subordinat dalam pengambilan keputusan. Namun peran perempuan dalam lingkup domestik dinilai tidak memiliki kedaulatan yang bermakna dan masih didominasi oleh kaum laki-laki hingga mengalami pelecehan seksual bahkan kekerasan (Nurhayati, 2018).

Memasuki masa modern saat ini, masyarakat berada pada perkembangan teknologi informasi yang pesat. Hal ini menimbulkan dampak positif maupun negatif bagi masyarakat, sehingga masyarakat harus mampu untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi tersebut. Salah satu contoh dampak positif yang muncul di masyarakat adalah kemudahan dalam mengakses berbagai hal seperti informasi pendidikan, informasi terkini, bahkan informasi mengenai pekerjaan. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa kemudahan akses informasi juga menimbulkan dampak negatif seperti maraknya konten dewasa, penyalahgunaan zat, bahkan mampu mengubah pola pikir masyarakat. Salah satu contoh perkembangan teknologi informasi yang saat ini dinikmati oleh berbagai kalangan dari anak-anak sampai dewasa adalah media sosial sebagai wadah bagi masyarakat untuk mengembangkan dirinya. Media sosial yang saat ini marak digunakan adalah TikTok dengan jumlah aktif pengguna mencapai 99,1 juta orang terhitung pada Indonesia (No.4 setelah whatsapp, instagram, facebook) pada tahun 2022.

TikTok sudah digunakan sejak tahun 2018, namun diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hal tersebut dikarenakan TikTok dianggap memberikan konten negatif bagi berbagai kalangan terutama anak-anak (Oktavia, R. A. 2021). Selama penggunaan TikTok yang telah berlangsung selama dua tahun, TikTok sudah menjadi aplikasi yang sangat digemari oleh masyarakat bahkan sudah menjadi *trend* dan budaya baru bagi masyarakat Indonesia. Keberadaan TikTok di Indonesia saat ini rupanya mampu menjadi wadah *e-commerce* bagi para pengguna untuk memasarkan produknya. Selain itu TikTok menjadi salah satu media informasi dimana masyarakat saling berinteraksi, memberikan edukasi, bahkan menjadi media pemasaran bagi beberapa pihak.

TikTok merupakan aplikasi yang memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media sosial lainnya, TikTok dapat menarik perhatian para konsumen untuk berbelanja dengan strategi penjualan yang tepat. Hal tersebut dikarenakan TikTok menjadi media yang sampai saat ini menempati posisi yang tinggi baik itu penikmat maupun *creator*. Saat ini banyak pengguna TikTok yang melakukan pemasaran produk untuk meningkatkan keuntungan dari proses pemasaran seperti pengguna yang memasarkan makanan, pakaian, *make-up*, bahkan alat elektronik. Salah satu contoh pemasaran dengan produk elektronik adalah gerai Good Ponsel yang menjual berbagai model gawai maupun laptop.

Good Ponsel merupakan gerai ponsel yang berdiri sejak tahun 2015 dan beralamat di Jalan Prof. Dr. Ida Bagus Mantra, Banjar Gumicik, Desa Ketewel, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, Good Ponsel memanfaatkan aplikasi TikTok untuk melakukan promosi dari produk yang mereka jual. Good Ponsel melakukan strategi penjualan yang tepat dengan membuktikan popularitas bisnis dan mengangkat nama Good Ponsel menjadi terkenal. Hal ini disebabkan karena strategi penjualan yang dilakukan para *talent* Good Ponsel. Mereka membuat konten yang dapat menarik perhatian para pengikutnya, dengan penampilan seksi dan melakukan gerakan-gerakan yang menyangkut unsur seksualitas seorang perempuan. Perempuan memiliki daya tarik yang memikat, oleh karena itu penampilan seorang perempuan selalu dijadikan simbol fantasi laki-laki melalui citra yang ditampilkan oleh seorang perempuan. Hal ini menyatakan bahwa citra perempuan dianggap sebagai suatu simbol seksualitas melalui pandangan sosial terutama kaum laki-laki.

Citra tubuh perempuan memiliki stereotipe berdasarkan persepsi yang muncul di lingkup masyarakat. Salah satu permasalahan yang sering muncul dalam lingkup citra tubuh perempuan adalah pandangan masyarakat terhadap penampilan perempuan secara fisik. Hal tersebut berkaitan dengan objektifikasi perempuan dalam berbagai hal, salah satunya yang berkaitan dengan topik yang disusun oleh penulis yaitu 'Eksplorasi Tubuh Perempuan dalam Ruang Media Sosial TikTok'. Eksplorasi dapat dipahami sebagai tindakan yang tidak memiliki persetujuan antara kedua belah pihak atau salah satu pihak merasa dirugikan atas situasi atau permasalahan yang muncul. Artinya eksploitasi perempuan dapat dipahami sebagai situasi yang menggunakan perempuan sebagai objektifikasi lewat tubuh. Menurut Afifah,dkk (2020) perempuan memiliki nilai jual yang tinggi dalam ranah industri media. Salah satu contohnya adalah kebanyakan iklan di televisi melibatkan seorang perempuan dalam proses pemasaran suatu produk. Umumnya media menggunakan citra tubuh atau visual perempuan sebagai daya tarik untuk menarik perhatian konsumen dalam meningkatkan kebutuhan dari beberapa instansi. Sesuai dengan rancangan

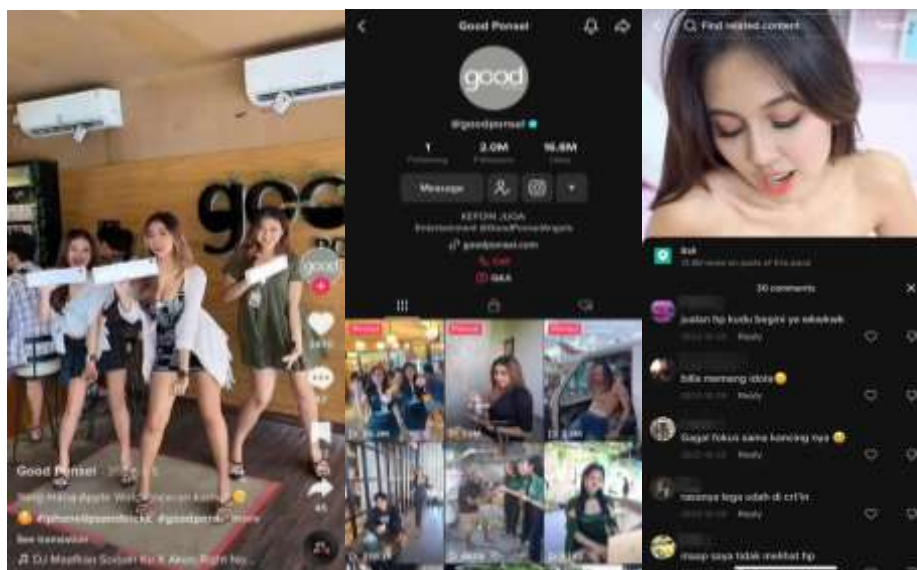
penelitian yang disusun oleh penulis terkait dengan peran *talent* di gerai Good Ponsel dalam melakukan pemasaran produk dari Good Ponsel .

Perkembangan media sosial saat ini menyebabkan perempuan dijadikan objek dalam pemasaran produk. Dapat diartikan bahwa perempuan mengalami marginalisasi yang berkaitan dengan nilai-nilai sosial atau budaya yang menempatkan perempuan di posisi kedua setelah laki-laki. Peran perempuan saat ini menjadi salah satu daya tarik di ranah media massa. Banyak karya seni seperti iklan atau promosi di media sosial yang saat ini menarik minat konsumen dalam memasarkan produk tertentu. Hal tersebut berpotensi untuk menetapkan perempuan dengan tujuan eksploitasi karena posisi perempuan dianggap sebagai tambang uang bagi sebagian pihak (Burhan, 2003; dalam Afifah, dkk. 2020). Fenomena objektifikasi perempuan dalam pemasaran produk dinilai sebagai salah satu cara dalam menikmati pesan yang disampaikan bagi konsumen. Menurut Widyatama (2007), iklan dinilai memiliki pengaruh yang besar apabila menggunakan perempuan sebagai salah satu model sekalipun produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan konten pada iklan tersebut (dalam Afifah, dkk. 2020). Tidak hanya dalam iklan di media sosial atau elektronik, namun di media cetak juga menggunakan perempuan sebagai model untuk meningkatkan minat konsumen. Salah satunya adalah majalah maupun koran, dimana pembaca pasti menemukan visual perempuan sebagai objek seks dan seksualitas.

Stereotipe perempuan dalam lingkup sosial memiliki pandangan yang umumnya hanya berfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan sensualitas seperti visual maupun kemolekan tubuh. Maka dari itu peran seorang perempuan dalam eksploitasi melalui media, memiliki hubungan yang bersifat kompleks. Menurut Aslati & Silawati (2018), terdapat beberapa faktor yang menyebabkan seorang perempuan digunakan sebagai objek eksploitasi yaitu: a) kemajuan teknologi menyebabkan budaya patriarki yang berkembang menjadikan seorang perempuan sebagai objek pasif dari kepentingan tertentu di lingkup media massa, b) perempuan hanya dilihat dari visualisasinya sehingga digunakan sebagai objek seks dan seksualitas, dan c) lingkup media massa yang menjadikan seorang perempuan sebagai korban dari representasi suatu permasalahan. Artinya posisi perempuan dalam objektifitas seks dan seksualitas berdasar kepada budaya yang saat ini masih berkembang seperti budaya patriarki maupun stereotip. Hal ini berkaitan dengan citra tubuh perempuan yang dibentuk berdasarkan sudut pandang laki-laki sehingga hal tersebut diminati dalam lingkup pemasaran.

Berdasarkan rancangan topik penelitian ini, penggunaan *talent* perempuan dari gerai Good Ponsel sebagai salah satu teknik pemasaran produk melalui media TikTok menjadi permasalahan utama yang memiliki kaitan dengan eksploitasi tubuh perempuan. Pemasaran yang dilakukan gerai Good Ponsel melalui media sosial seperti TikTok menggunakan citra tubuh perempuan serta visualisasi sehingga menarik perhatian konsumen. Dalam beberapa konten yang diunggah melalui aplikasi TikTok menunjukkan gerakan-gerakan yang tidak senonoh dengan menonjolkan kemolekan tubuh perempuan yang dilakukan *talent* dari gerai tersebut. Terbukti bahwa komentar-komentar yang muncul dari konten tersebut sebagian besar berasal dari kaum laki-laki yang tertarik dengan citra tubuh *talent-talent* tersebut. Beberapa komentar yang berkaitan dengan sensualitas dari konten di akun TikTok Good Ponsel tersebut seperti: 'aku jadi semangat pergi ke WC' 'tetap Billa (salah satu *talent*) yang bikin bergetar' bahkan 'gagal fokus sama kancingnya'. Hal tersebut menandai adanya konteks seksualitas yang ditangkap oleh penikmat konten tersebut. Bentuk yang ditunjukkan dari komentar-komentar tersebut menandakan bahwa gerai Good Ponsel melakukan eksploitasi terhadap *talent* mereka.

Beberapa konten yang diunggah oleh akun TikTok Good Ponsel memberikan berbagai informasi, fungsi serta keunggulan produk yang dipasarkan oleh Good Ponsel dengan menggunakan *talent-talent* yang berpenampilan cantik dan menarik serta mampu menarik perhatian para konsumen. Tujuan dari gerai Good Ponsel dalam mengunggah konten-konten tersebut tentu saja untuk meningkatkan minat serta memperluas pemasaran produk yang dijual ke masyarakat. Hal tersebut meningkatkan keuntungan bagi Good Ponsel dengan menarik minat konsumen lewat konten yang diunggah. Selain itu gerai Good Ponsel juga mendapatkan *brand awareness* dari konsumen atau penikmat konten tersebut, sehingga konsumen memiliki ketertarikan atas produk-produk yang dijual oleh gerai Good Ponsel.



Gambar 1. Akun TikTok Good Ponsel

Permasalahan utama dalam rancangan penelitian ini adalah objektifikasi tubuh perempuan berupa eksploitasi tubuh perempuan yang dilakukan untuk pemasaran produk dari beberapa instansi. Menurut Candraningrum (2014) eksploitasi tubuh perempuan termasuk ke dalam penindasan sebagai bagian dari politik tubuh, sehingga pemilik kuasa memegang kendali atas tubuh perempuan. Sejalan dengan pemahaman yang disampaikan oleh Sarup (2008), tubuh perempuan memiliki pengawasan yang ketat hanya untuk memenuhi standar kriteria perempuan di masyarakat atau panoptisisme (dalam Susilo & Kodir, 2016). Artinya tubuh perempuan tidak hanya memiliki fungsi organik, melainkan memiliki nilai dan identitas sosial. Maka dari itu sampai saat ini perempuan tidak mendapatkan hak yang seharusnya, melainkan pihak lain dalam individu, kelompok, norma, bahkan aturan yang mengikat kewenangan dalam mengontrol tubuh perempuan. Hal ini menunjukkan adanya peran kekuasaan atau *power*, serta dominasi laki-laki pada perempuan. Permasalahan ini menjadikan tubuh perempuan tidak hanya dipahami dalam bentuk subjek, melainkan objek bagi beberapa kelompok yang memiliki kuasa sehingga tubuh perempuan menjadi sarana eksploitasi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan oleh penulis, maka penulis ingin menganalisis permasalahan sesuai dengan topik penelitian yaitu bagaimana bentuk eksploitasi tubuh perempuan dalam ruang media sosial TikTok yang dikaji melalui akun Good Ponsel. Bentuk eksploitasi tubuh yang dilakukan melalui konten-konten yang diunggah di media sosial menggunakan tema yang berbau seks dan seksualitas. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk sehingga konsumen memiliki minat atas produk tersebut.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti, sebagaimana dijelaskan oleh Nassaji (2015) bahwa penelitian kualitatif menitikberatkan pada penjelasan fenomena dan karakteristiknya. Sukmadinata (2011) menambahkan bahwa analisis deskriptif bertujuan untuk mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya, dengan menekankan pada bagaimana dan mengapa suatu fenomena terjadi. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memperoleh wawasan mengenai opini, perspektif, dan sikap dari subjek yang diteliti. Moleong (2018) juga menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif dan bertujuan memahami fenomena tertentu melalui sudut pandang subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara, sementara data sekunder dihimpun melalui studi literatur. Observasi merupakan

teknik yang digunakan untuk menganalisis fenomena yang terjadi di lapangan dan dianggap memiliki peranan yang sistematis dalam penelitian (Hasanah, 2016). Observasi dalam penelitian kualitatif tidak hanya membatasi pada pengkategorisasian ukuran, tetapi juga mempertimbangkan berbagai aspek lain yang berkaitan dengan latar belakang penelitian (Gardner, 1988 dalam Hasanah, 2016). Teknik wawancara juga digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data subjektif mengenai opini, sikap, dan perilaku subjek penelitian. Menurut Hansen (2020), wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui enam tahap, yaitu identifikasi permasalahan, pengembangan panduan wawancara, pelaksanaan wawancara, transkripsi dan translasi, analisis hasil wawancara, serta pelaporan hasil wawancara.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai artikel dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik eksploitasi tubuh perempuan dalam media sosial TikTok. Artikel dan penelitian tersebut diperoleh melalui kata kunci seperti "eksploitasi tubuh", "eksploitasi tubuh perempuan", dan "media sosial TikTok". Melalui analisis literatur ini, penelitian dapat mengidentifikasi variabel yang relevan sebagai fokus utama penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini berperan penting dalam memahami isu eksploitasi tubuh perempuan pada akun TikTok Good Ponsel. Buzan (1995) menjelaskan bahwa unit analisis membantu dalam mengidentifikasi dan menganalisis suatu isu dalam berbagai konteks. Oleh karena itu, penelitian ini memanfaatkan unit analisis untuk mendalami konten yang berkaitan dengan eksploitasi tubuh perempuan melalui perspektif semiotika.

Dalam menentukan informan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan yang ditetapkan terdiri dari berbagai pihak, seperti Dinas Pemberdayaan Perempuan, content creator, creative manager, dan pengguna media sosial. Pemilihan informan ini bertujuan untuk mendapatkan data yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara, analisis konten, dan studi literatur. Observasi dilakukan untuk memahami perilaku dan fenomena yang terjadi di lapangan. Wawancara digunakan sebagai metode utama dalam memperoleh data subjektif. Analisis konten dilakukan dengan menelaah konten TikTok yang relevan dengan eksploitasi tubuh perempuan. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan informasi tambahan dari berbagai sumber akademik.

Instrumen penelitian yang digunakan bersifat non-partisipan, di mana penulis berperan sebagai pengamat yang aktif dalam menganalisis data. Dalam mendukung proses penelitian, digunakan berbagai alat bantu seperti perekam suara dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan merangkum data yang relevan. Penyajian data mencakup berbagai bentuk, seperti teks, tabel, dan gambar, untuk mempermudah analisis. Kesimpulan penelitian bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan seiring dengan temuan lebih lanjut.

Teknik penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa bentuk, yaitu naratif, tabel, gambar, dan lampiran. Penyajian data secara naratif membantu menyusun informasi dengan sistematis, sementara tabel dan gambar digunakan untuk mempermudah pemahaman. Lampiran juga disertakan untuk mendukung analisis yang lebih mendalam. Dengan metode yang digunakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai eksploitasi tubuh perempuan dalam media sosial TikTok melalui studi kasus akun Good Ponsel.

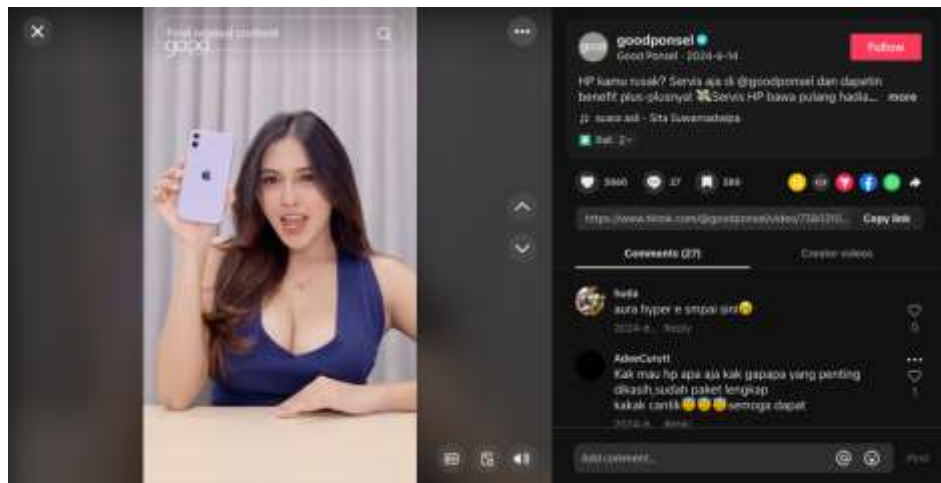
III. PEMBAHASAN

3.1.1. Sensualitas Tubuh Perempuan di Media Sosial TikTok Good Ponsel



Gambar 2. Konten TikTok Good Ponsel

Media sosial, khususnya TikTok pada masa ini telah menjadi *platform* yang cukup terkenal bagi individu maupun perusahaan untuk berbagi konten visual. Begitu juga pada akun “Good Ponsel” yang juga menggunakan strategi pemasaran yang melibatkan penampilan talent perempuan dengan pakaian dan gerakan yang menonjolkan sensualitas tubuh. Strategi ini dipakai untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi dengan konten yang disajikan. Dalam penelitian ini, pakaian dan juga gerakan digambarkan menjadi suatu tanda atau simbol. Seperti pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa para perempuan atau biasa disebut “*talent*” mengenakan gaun mini hitam dan merah yang memperlihatkan lekuk tubuhnya. Pakaian ini secara visual memperkuat kesan sensualitas melalui potongan yang ketat dan pendek.



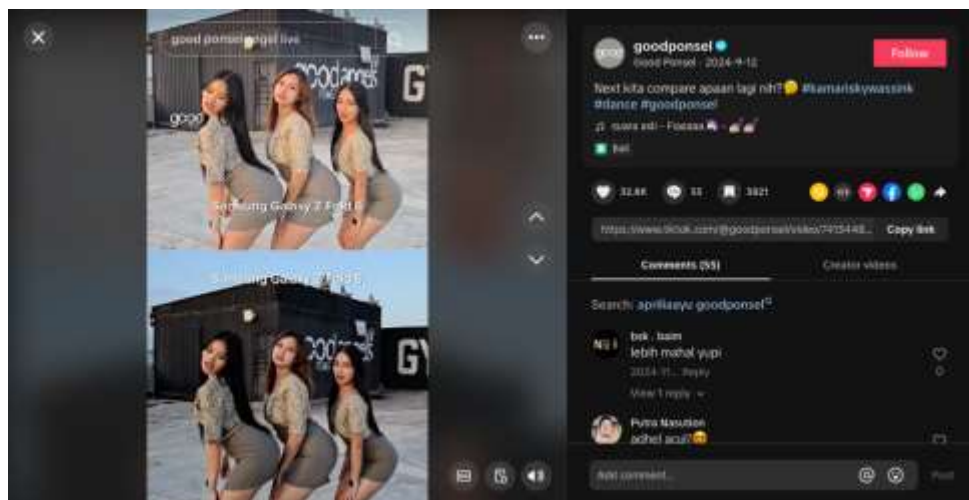
Gambar 3. Contoh Konten Promosi TikTok Good Ponsel

Begitu juga dengan gambar kedua yang dapat dilihat bahwa *talent* tersebut mengenakan gaun ketat dengan belahan dada rendah yang menonjolkan bagian tubuh atas. Gaun dengan desain terbuka dan ketat secara kultural dapat dikaitkan dengan citra seksi dan menarik. Jika dilihat di dalam bentuk konten media sosial TikTok, pakaian ini dimaksudkan untuk menarik perhatian dari *audiens*. Bagi penonton atau *audiens*, pakaian tersebut bisa dimaknai sebagai simbol atau tanda dari daya tarik seksual dan kecantikan fisik, yang secara tidak langsung

diasosiasikan dengan produk yang diiklankan. Sensualitas yang ditampilkan berfungsi untuk membangun daya tarik visual, dengan harapan dapat meningkatkan minat *audiens* terhadap produk.

Jika dilihat dari konsep eksploitasi tubuh perempuan, konten-konten yang ditampilkan oleh akun Good Ponsel melalui TikTok merupakan konten yang mengeksploitasi dalam bentuk nuditas dan sugestivitas. Dari segi nuditas sendiri, hal ini dapat dilihat dari bagaimana *talent* perempuan yang tampil dalam konten akun TikTok Good Ponsel sering menggunakan pakaian yang terbuka atau menunjukkan bagian tubuh tertentu. *Talent* perempuan yang menggunakan pakaian terbuka dan menunjukkan bagian tubuh tertentu ini ditujukan untuk mendorong nilai sensualitas dalam konten dengan mengedepankan bagian-bagian tubuh yang ditonjolkan dan memiliki daya tarik yang tinggi sesuai dengan *male gaze*. Dapat dilihat jika tubuh perempuan yang menjadi *talent* dari akun TikTok Good Ponsel dieksploitasi sedemikian rupa untuk menciptakan *value* dan persepsi dalam meningkatkan ketertarikan audiens secara luas untuk mendapatkan perhatian penonton. Penulis juga melihat bahwa *talent* perempuan dalam akun TikTok Good Ponsel sudah diatur sedemikian rupa untuk mengenakan pakaian terbuka dalam proses pembuatan konten. Hal ini mengindikasikan adanya kesadaran bahwa sensualitas tubuh dari para *talent* dieksploitasi oleh pemilik modal atas dasar untuk kepentingan bisnis.

Selain itu, penulis juga melihat bahwa eksploitasi sensualitas tubuh perempuan dalam konten akun TikTok Good Ponsel juga dieksploitasi dari segi sugestivitas. Dalam beberapa konten TikTok milik Good Ponsel, ditunjukkan bahwa para *talent* perempuan bergerak atau menari dengan menunjukkan lekukan bagian tubuh tertentu. Tidak hanya itu, *talent* dalam akun TikTok Good Ponsel juga melakukan gerakan-gerakan yang bernuansa *innuendo* atau gerakan-gerakan yang memunculkan sugestivitas terhadap aktivitas yang bersifat sensual. Hal ini menunjukkan bahwa *talent* dalam konten TikTok Good Ponsel diarahkan untuk melakukan gerakan yang memiliki kecenderungan dalam mengeksploitasi sensualitas tubuh perempuan di media sosial.



Gambar 4. Konten TikTok Good Ponsel yang Menampilkan Tarian Sensual

Dari gambar di atas, dapat dilihat adanya gerakan tarian yang enerjik dan ekspresif dengan gerakan tangan di area dada serta posisi tubuh yang menggoda. Pada gambar tersebut, para talent melakukan gerakan yang menonjolkan pinggul dan dada dengan pose yang menunjukkan kepercayaan diri dan daya tarik.

Dalam budaya populer saat ini, gerakan tubuh yang menggoda sering dikaitkan dengan sensualitas dan daya tarik seksual. Di media sosial, gerakan ini digunakan untuk menarik perhatian penonton dalam waktu singkat. Bagi penonton, gerakan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai simbol atau tanda kepercayaan diri dan seksualitas yang terbuka. Dilihat dari teori semiotika menurut Peirce, *representamen* dalam konten TikTok Good Ponsel ditunjukkan dalam bagaimana *talent* ditampilkan dengan mengenakan pakaian yang terbuka dan gerakan-gerakan tubuh yang menggoda untuk menunjukkan sensualitas dan daya tarik sensual. Dalam hal ini, panca indera dari penonton akan dengan cepat menangkap gambaran yang dimunculkan dalam konteks TikTok Good Ponsel, khususnya dalam konten yang bersifat sensual untuk menarik perhatian dalam waktu yang singkat.

Selanjutnya, memasuki tahap kedua yaitu *object*, audiens akan mengaitkan tanda yang mereka terima, yang mana dalam hal ini adalah konten TikTok Good Ponsel, untuk kemudian dikaitkan dengan makna secara spontan sesuai dengan pengalaman yang sudah dimiliki berkaitan dengan pengalaman interpretasi tanda yang sudah pernah dilalui. Dalam hal ini, akun TikTok Good Ponsel mengaitkan tanda dari sensualitas tubuh perempuan di media sosial dengan bagaimana makna pertama yang muncul, yaitu keterkaitan antara konten TikTok Good Ponsel yang mengedepankan sensualitas tubuh perempuan menjadi suatu ciri khas penanda dari Good Ponsel itu sendiri. Hal ini mengasosiasikan makna bahwa Good Ponsel dikenal sebagai suatu entitas bisnis yang menggunakan tubuh perempuan menjadi suatu ciri khas, begitupun sebaliknya saat audiens menemukan konten serupa, mereka dapat mengasosiasikannya dengan Good Ponsel.

Kemudian tahapan terakhir, yaitu *interpretant*, yang mana *object* kemudian diinterpretasikan sesuai makna dan pesan yang ingin disampaikan. Konten-konten TikTok Good Ponsel yang menunjukkan sensualitas perempuan dalam hal ini sudah mendapatkan *awareness* dari audiens secara luas. Hal ini mempertegas *recognition* dari Good Ponsel sebagai salah satu entitas bisnis yang sudah dikenal secara luas dan sukses memanfaatkan teknik pemasaran yang viral di media sosial melalui formula yang mereka ciptakan. Kondisi ini nantinya akan mengasosiasikan daya tarik sensual dalam konten dengan akun Good Ponsel itu sendiri.

Melihat dari sudut pandang Peirce dalam teorinya semiotika, tanda-tanda ini tidak berdiri sendiri, melainkan dapat dipahami dalam konteks budaya yang mengasosiasikan daya tarik seksual dengan kesuksesan dan popularitas dari akun “Good Ponsel” itu sendiri. Jika dilihat dari semiotika menurut Peirce,

3.1.2. Tubuh Perempuan Sebagai Komoditi di Media Sosial

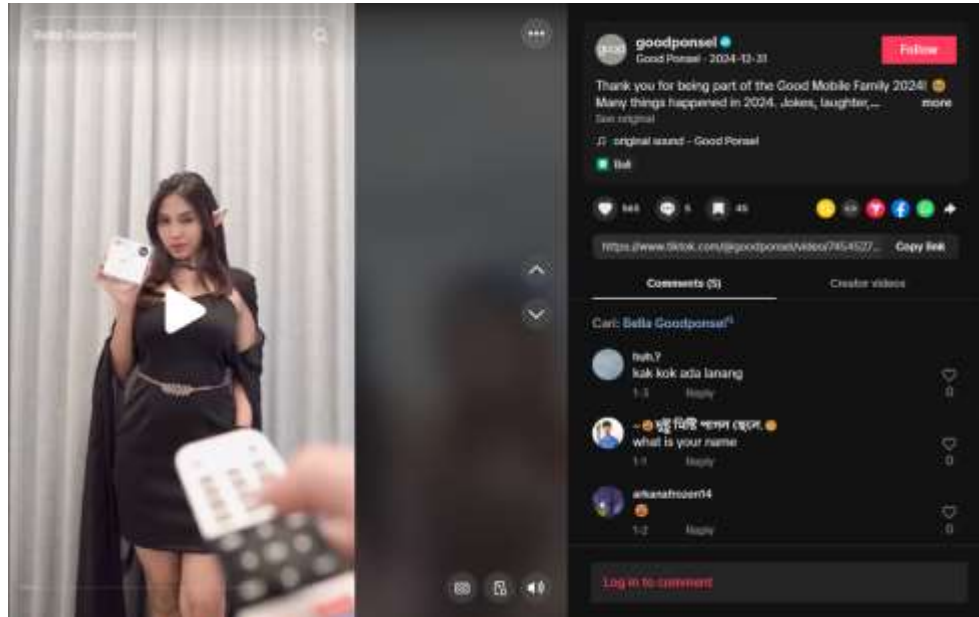
Praktik eksploitasi tubuh perempuan pada dasarnya sudah sering dilakukan sebagai bagian dari daya tarik di media konvensional. Seiring berkembangnya teknologi, praktik penggunaan tubuh perempuan sebagai daya tarik suatu konten juga dilakukan di media sosial. Hal ini juga sejalan dengan bergesernya media periklanan dari media konvensional ke media yang modern berbasis digital. Efektivitas media modern, seperti pemanfaatan periklanan di internet, dalam menjangkau calon pelanggan secara lebih luas, membuat perusahaan memanfaatkan cara apapun untuk meningkatkan *awareness* untuk mendorong penjualan mereka (Al-Hadi & Hidayat, 2017).

Tubuh perempuan dieksploitasi menjadi alat bisnis dalam mempromosikan suatu produk di media sosial. Terlebih, praktik ini menjadi semakin mengkhawatirkan dengan bagaimana tubuh perempuan diobjektifikasi dan dieksploitasi dalam iklan atau konten suatu perusahaan yang produknya tidak memiliki keterkaitan justifikasi atas penggunaan tubuh perempuan (Prasetyo & Kristiyono, 2024). Salah satu bentuk penggunaan tubuh perempuan sebagai komoditas adalah bagaimana perempuan digambarkan memiliki tubuh yang ramping dan putih. Praktik tersebut dilazimkan untuk memuaskan fantasi dari sudut pandang laki-laki sehingga konten tersebut menarik penonton. Selain itu, bukti lain dari bagaimana tubuh perempuan dijadikan sebagai komoditas di media sosial juga dibuktikan dengan bagaimana perempuan dituntut untuk terlihat tampil menarik dan dijadikan objek bagi laki-laki untuk menyenangkan mata laki-laki atau dalam sudut pandang *male gaze* (Pasaribu & Pramiyanti, 2023).

Pemanfaatan tubuh perempuan sebagai komoditas sendiri dilatarbelakangi oleh bagaimana perempuan dijadikan sebagai “alat” untuk menarik perhatian, khususnya pada konten-konten yang bertujuan untuk mengiklankan suatu produk atau meningkatkan *brand awareness* dari perusahaan (Prasetyo & Kristiyono, 2024). Hal ini dapat dibuktikan dari bagaimana perempuan yang menjadi model dalam konten media sosial yang bertujuan sebagai bentuk iklan atau memiliki tujuan komersil diatur untuk menampilkan ekspresi wajah, tutur kata, hingga bagaimana bagian tubuh perempuan tersebut ditonjolkan dalam konten. Hal ini diperparah dengan bagaimana TikTok merupakan media sosial yang berfokus pada konten-konten berbentuk visual seperti video atau foto. Keberadaan TikTok sebagai media sosial yang berfokus pada konten video tanpa menonjolkan hubungan sosial antar pengguna membuat media sosial ini menekankan pada ajang identitas dan promosi diri. Oleh karena itu, umumnya pengguna TikTok yang berfokus pada pembuatan konten akan berusaha menarik

perhatian penonton salah satunya adalah dengan menunjukkan bagian tubuh atau daya tarik sensual yang dapat mengundang perhatian maupun interaksi dengan penonton atas kepentingan komersil (Gittawati, 2023).

Jika dikaitkan dengan konsep *male gaze*, konten-konten yang memanfaatkan perempuan dengan pakaian minim maupun bergerak dengan gerak tubuh yang dimaksudkan untuk mengundang ketertarikan secara sensual merupakan salah satu bentuk bagaimana tubuh perempuan dieksploitasi sebagai komoditas di media sosial. Hal ini yang ditunjukkan oleh Good Ponsel melalui akun TikTok-nya, yaitu @Goodponcel. Akun TikTok yang dimiliki Good Ponsel berfokus pada konten-konten promosi atau hiburan yang menggunakan perempuan sebagai daya tarik utamanya. Konten-konten yang memanfaatkan tubuh perempuan tersebut bertujuan untuk mempromosikan Good Ponsel maupun produk-produk yang dijual oleh gerai tersebut sehingga menekankan bagaimana tubuh perempuan digunakan sebagai komoditas oleh perusahaan tersebut (Gittawati, 2023).



Gambar 5. Salah Satu Konten TikTok Good Ponsel dengan Talent Berpakaian Terbuka

Dalam kasus Good Ponsel, terlihat jelas bagaimana akun TikTok Good Ponsel menggunakan *talent* perempuan dengan pakaian yang minim sebagai daya tarik utamanya. Selain itu, konten-konten yang diunggah oleh akun TikTok Good Ponsel juga lebih menonjolkan bagian-bagian tubuh perempuan dalam setiap visualnya. Hal ini didukung juga dengan bagaimana model-model perempuan yang ditampilkan didorong untuk melakukan gerakan yang bernuansa sensual, seperti berjoget-joget ataupun melakukan adegan akting yang lekat dengan unsur-unsur seksualitas. Oleh karena itu, penulis melihat jika Good Ponsel menggunakan tubuh perempuan sebagai komoditas di media sosial untuk berbagai kepentingan, baik kepentingan pembuatan konten untuk *brand awareness* maupun sebagai bagian dari strategi pemasaran dalam mendorong penjualan produk-produk yang dijual oleh Good Ponsel.

Penggunaan tubuh perempuan sebagai komoditas di Media Sosial oleh Good Ponsel juga disetujui oleh beberapa narasumber yang merupakan pengguna media sosial maupun pengikut dari akun TikTok Good Ponsel. Dilihat dari sudut pandang siapa target pasar dari konten TikTok Good Ponsel, beberapa narasumber sepakat bahwa target pasar dari konten TikTok Good Ponsel cenderung menyasar kepada pengguna TikTok laki-laki.

Penggunaan *talent* perempuan dalam konten TikTok Good Ponsel juga bertujuan untuk membangun koneksi antara Good Ponsel dengan target pasarnya. Ini didukung dengan bagaimana cara Good Ponsel memanfaatkan tubuh perempuan sebagai daya tarik untuk membangun hubungan emosional dengan target pasarnya. Hal ini juga diafirmasi dengan pernyataan Baby Annisa yang menyebutkan bahwa strategi menggunakan daya tarik perempuan sudah digunakan sejak lama dan efektif untuk menarik perhatian.

Jika dilihat dari konsep objektifikasi tubuh perempuan, dapat dilihat bahwa objektifikasi perempuan terjadi dalam wujud konten TikTok Good Ponsel. Hal ini karena konten-konten yang ada di dalam akun TikTok Good Ponsel mendorong *talent* perempuan sebagai objek yang menonjolkan unsur-unsur sensualitas di dalamnya. Selain itu, konten TikTok Good Ponsel juga mengeksploitasi tubuh perempuan karena memanfaatkan tubuh perempuan untuk hal-hal yang berhubungan dengan meningkatkan nilai jual suatu produk dengan cara yang sensual di dalamnya. Dari konten-konten yang ditampilkan oleh Good Ponsel, dapat dilihat bahwa bentuk eksploitasi tubuh yang dimanfaatkan oleh akun TikTok Good Ponsel adalah eksploitasi dalam bentuk nuditas dengan menampilkan perempuan dengan pakaian yang minim dan menunjukkan bagian tubuh secara terbuka serta sugestivitas melalui gerakan yang bersifat sensual untuk mendorong daya tarik dari konten tersebut agar menarik minat dari sudut pandang laki-laki.

3.1.3. Pengaruh Ekonomi Politik dalam Produksi Konten dalam Menunjang Kapitalisme

Dari hasil temuan, penulis menemukan jika salah satu kepentingan dari produksi konten TikTok Good Ponsel yang mengeksploitasi tubuh perempuan dilatarbelakangi oleh adanya kepentingan ekonomi sebagai alasan utama. Good Ponsel sebagai perusahaan yang berfokus untuk mencari keuntungan tentunya melakukan berbagai upaya agar dapat meningkatkan penjualan setiap produknya. Keberadaan media sosial sebagai salah satu *platform* untuk saling terhubung dengan target pasar dengan jangkauan yang lebih luas, membuat perusahaan berusaha mengoptimalkannya untuk meraup pelanggan baru, salah satunya adalah dengan membuat konten yang dapat menarik pelanggan.

Dalam perkembangan industri, baik secara digital maupun konvensional, perempuan memegang peranan penting dalam industri media sosial. Hal ini karena media sosial memiliki sifat untuk menonjolkan daya tarik melalui konten-konten berbentuk visual. Melihat dari perspektif konteks media, saat ini tubuh perempuan menjadi objek dari konsumerisme publik. Hal ini mereduksi makna dari tubuh perempuan yang dipandang dari sisi sensualitasnya. Oleh karena itu, secara perlahan tubuh perempuan dikomodifikasi dalam ruang konsumtif di dalam suatu industri seperti pemasaran dan media sosial (Zahid, Ayu, & Ikayanti, 2023). Hal ini membuat motif ekonomi menjadi salah satu pendorong bagaimana objektifikasi perempuan langgeng dalam produksi konten di media sosial untuk menunjang kapitalisme. Salah satu bentuk dari bagaimana motif ekonomi menjadi melanggengkan penggunaan tubuh perempuan dalam produksi konten di media sosial adalah adanya budaya *endorse* sebagai bagian dari media sosial. Di sini, *endorser* yang rata-rata merupakan perempuan bekerja dengan mempromosikan produk sambil menunjukkan ekspresi wajah, gerakan, atau bagian tubuh tertentu. *Endorser* menerima tugas seperti itu salah satunya karena ada dorongan orientasi keuntungan ekonomi dan jalur karir yang menjanjikan (Al-Hadi & Hidayat, 2017).

Dengan munculnya kapitalisme, tubuh perempuan juga dijadikan komoditas nilai tukar dalam hal visual, yang mana komoditas ini ditukar dengan *awareness* dan *engagement* untuk meningkatkan performa pemasaran dari suatu perusahaan (Cahya & Gabriella, 2022). Hal ini membuat tubuh perempuan menjadi alat kapital dalam industri yang digunakan sebagai alat untuk mendukung upaya dalam mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya oleh perusahaan (Zahid, Ayu, & Ikayanti, 2023). Keadaan ini juga terlihat dari akun TikTok Good Ponsel. Penulis melihat jika Good Ponsel memanfaatkan tubuh perempuan dan diobjektifikasi dengan alasan motif ekonomi. Hal ini karena tubuh perempuan yang menjadi model dari konten-konten Good Ponsel dimanfaatkan untuk menonjolkan sisi visual konten yang dirasa menarik, yaitu bagian tubuh, tarian, dan ekspresi wajah tertentu yang menarik secara sensual. Dapat dilihat jika konten-konten dari akun Good Ponsel berusaha menarik minat penonton untuk mengikuti akun Good Ponsel dan mendulang penjualan dengan memanfaatkan tubuh perempuan dalam kontennya.

Keterangan bahwa Good Ponsel memanfaatkan tubuh perempuan untuk dieksploitasi atas dasar kepentingan ekonomi dalam menunjang kapitalisme juga diafirmasi oleh beberapa narasumber dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis. Dalam wawancara yang dilakukan dengan Kadek Bagus Putra Kartika, disebutkan bahwa salah satu alasan mengapa konten TikTok Good Ponsel menggunakan *talent* perempuan dengan pakaian yang terbuka untuk menarik perhatian dan minat target pasar laki-laki (Wawancara dengan Kadek Bagus Putra Kartika,

2024). Pernyataan ini didukung dengan tanggapan dari pernyataan Rickardo Sudwikatmono dalam wawancara dengan penulis yang menyebutkan bahwa strategi pemasaran dari akun media sosial menggunakan perempuan menjadi strategi utama untuk menarik minat laki-laki sekaligus mendorong penjualannya (Wawancara dengan Rickardo Sudwikatmono, 2024).

Salah satu dorongan dari penggunaan tubuh perempuan yang diobjektifikasi sebagai daya tarik dalam produksi konten di akun media sosial Good Ponsel karena dianggap dapat berfungsi untuk mendorong penjualan produk. Sehingga tubuh perempuan dalam konten Good Ponsel dianggap memiliki nilai ekonomi yang tinggi untuk menarik perhatian penonton serta membantu meningkatkan penjualan. Hal ini membuat salah satu alasan mengapa Good Ponsel menggunakan tubuh perempuan sebagai model utamanya adalah karena adanya motif ekonomi dan kapitalisme dalam bentuk mendorong promosi produk yang dianggap lebih efektif.

Dari kacamata Dinas Pemberdayaan Perempuan, akun TikTok Good Ponsel menggunakan strategi untuk memanfaatkan perempuan untuk mendatangkan *insight* yang positif dalam akunnya. Hal ini dapat diraih dengan menampilkan perempuan dengan pakaian yang lebih terbuka untuk menarik perhatian lebih banyak secara efektif.

Dari pendapat yang telah diutarakan oleh narasumber, penulis menemukan benang merah bahwa Good Ponsel mengeksploitasi tubuh perempuan dalam ruang media sosial melalui akun TikTok yang dimiliki Good Ponsel atas dasar kepentingan kapitalisme. Hal ini karena praktik eksploitasi tubuh perempuan sebagai daya tarik utama dalam konten yang dipasarkan oleh Good Ponsel memiliki intensi untuk menarik minat target pasar yang merupakan laki-laki untuk menonton dan mengikuti akun TikTok Good Ponsel dengan harapan menciptakan penjualan dari daya tarik tersebut.

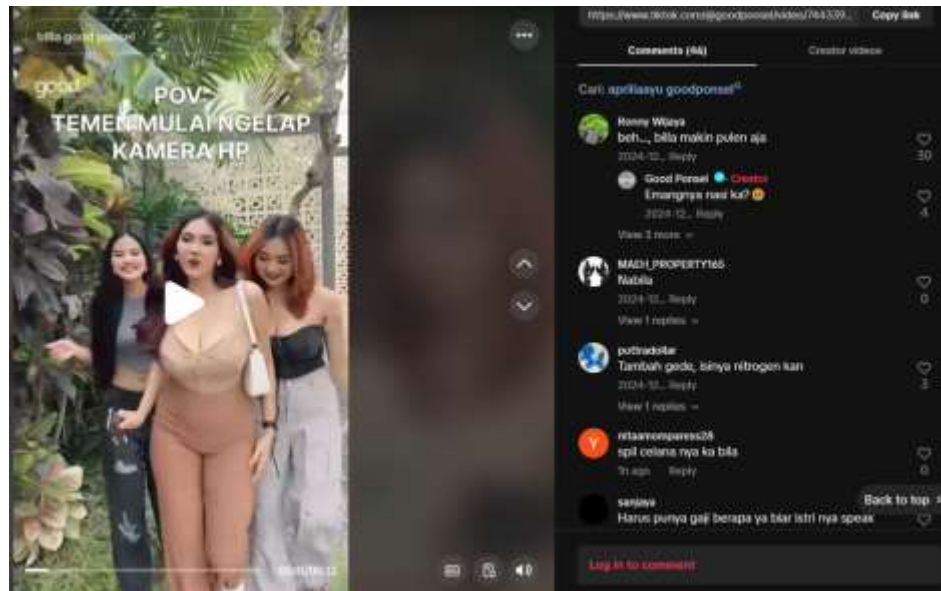
Praktik ini sejalan dengan salah satu aspek yang berkaitan dengan konsep objektivikasi tubuh perempuan dalam media sosial, yaitu ekonomi politik. Hal ini karena kapitalisme selalu bersifat eksploitatif dan tidak transparan sehingga praktik eksploitasi selalu terjadi dalam proses produksi. Dalam hal ini, praktik eksploitasi yang dilakukan oleh akun TikTok Good Ponsel dengan menampilkan *talent* perempuan dengan pakaian yang terbuka dan minim menunjukkan bentuk eksploitasi atas dasar kepentingan ekonomi politik sehingga mendorong perusahaan untuk memanfaatkan hal tersebut atas dasar kepentingan keuntungan kapitalisme dengan mengedepankan praktik-praktik yang dapat mendatangkan keuntungan secara cepat.

3.1.4. Kuasa atas Tubuh Perempuan sebagai Objek Pemasaran

Praktik objektivikasi perempuan untuk kepentingan ekonomi yang digunakan dalam menunjang kapitalisme mengindikasikan bahwa patriarki tetap lekat dalam kehidupan masyarakat. Langgengnya patriarki dalam nilai kebudayaan masyarakat menyebabkan perempuan tidak memiliki kuasa dan kendali atas tubuhnya sendiri. Kondisi patriarki dalam masyarakat memposisikan bagaimana standar perempuan yang menarik bagi umum, yang mana menunjukkan bahwa perempuan seharusnya memiliki wajah yang cantik, kulit putih, dan tubuh yang menarik sebagai standar yang berlaku (Cahya & Gabriella, 2022). Selain itu, stereotip yang berkembang terkait dengan perempuan lahir dari propaganda bahwa perempuan pada dasarnya memiliki standar ideal dan kodrat yang harus dipenuhi. Ini mewajibkan perempuan untuk menjaga tubuhnya karena merupakan aset yang berharga untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik (Zahid, Ayu, & Ikayanti, 2023).

Berkembangnya propaganda dan anggapan bahwa perempuan yang ideal merupakan aset yang berharga menciptakan tubuh perempuan sebagai objek konsumerisme publik. Hal ini membuat tubuh perempuan menjadi tidak merdeka karena adanya komodifikasi dan penekanan fungsi bahwa tubuh perempuan dijadikan bagian dari industri. Ini diwujudkan menjadi representasi tubuh perempuan yang dilambangkan sebagai bahan patriarki dalam memuaskan keinginan masyarakat dibandingkan memberikan kebebasan untuk menciptakan ruang berkreasi dan kemerdekaan bagi perempuan. Kondisi ini mendorong munculnya representasi tubuh perempuan yang memberikan dampak seksisme dan kekerasan seksual berbasis verbal di media massa (Zahid, Ayu, & Ikayanti, 2023).

Kuasa tubuh perempuan sebagai objek juga diperlihatkan dalam konten-konten yang diunggah oleh Good Ponsel, yang mana dengan sangat jelas memperlihatkan tubuh perempuan secara terbuka sebagai bagian dari promosinya. Hal ini karena perempuan yang menjadi *talent* dalam unggahan Good Ponsel didorong untuk mengenakan pakaian terbuka dan menunjukkan bagian tubuh secara sensual seperti melalui gerakan atau goyangan tertentu.



Gambar 6. Komentar dalam Konten TikTok Good Ponsel

Dari tangkapan layar di atas, dapat dilihat bahwa Good Ponsel mendorong perempuan untuk berpakaian minim dan menunjukkan bagian tubuh secara sensual sebagai bagian dari strategi pemasaran. Hal ini digunakan untuk menarik minat dari target pasar, yang mana mendorong mereka untuk merasa bahwa tubuh perempuan tersebut bukanlah sepenuhnya milik perempuan dan diatur oleh standar dan stereotip yang berkembang di tengah masyarakat. Ini dibuktikan dengan berbagai komentar dalam konten tersebut yang menunjukkan bahwa model dalam unggahan TikTok Good Ponsel dianggap menggoda dan memenuhi standar keinginan masyarakat, sekaligus meningkatkan *engagement* dari Good Ponsel itu sendiri.

Penerapan Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual harus dipertegas untuk memberikan perlindungan terhadap perempuan yang bekerja dengan risiko adanya kekerasan seksual di lingkungan kerja. Selain itu, Ni Luh Ayu Cahya Sarawati juga menekankan bahwa untuk menegaskan bagaimana tubuh perempuan seharusnya tidak dieksploitasi dan hak-haknya dilindungi, Dinas Pemberdayaan Perempuan Provinsi Bali melakukan berbagai sosialisasi terkait dengan pemberdayaan perempuan dan perlindungan hak perempuan, terutama perempuan di tempat kerja. Di sisi lain, pihak perusahaan juga harus sadar bahwa perempuan sebagai bagian dari strategi pemasaran tidak seharusnya hanya berfokus pada bagaimana tubuh perempuan ditampilkan, tetapi juga dengan menonjolkan konten yang mendorong pemberdayaan perempuan maupun bagaimana peran perempuan dalam pekerjaan sehingga dapat menarik simpati masyarakat sekaligus membangun kesan yang positif di benak *audiens*.

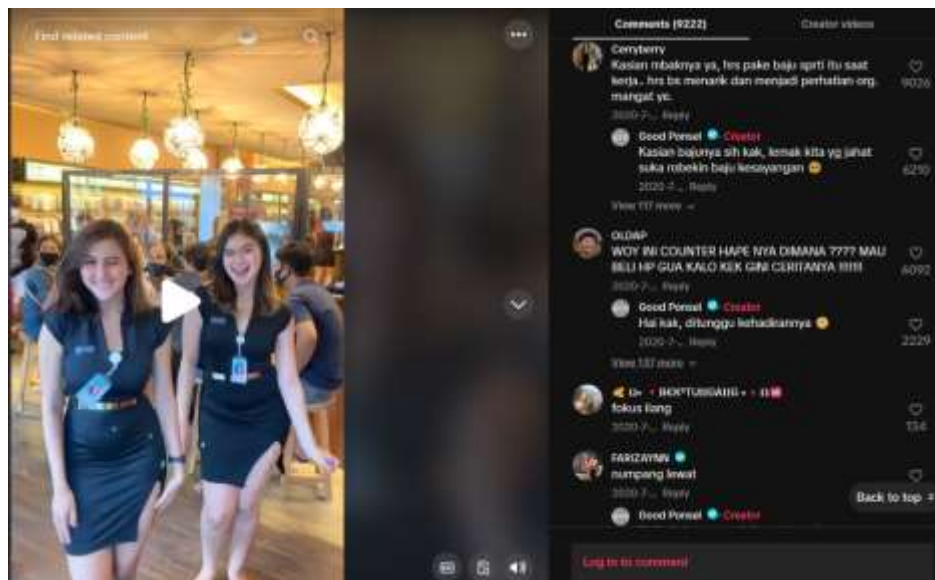
Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa Good Ponsel melibatkan eksploitasi tubuh perempuan melalui penggunaan pakaian minim atau provokatif, yang mana ini akan menciptakan stigma negatif terhadap perempuan dalam konten tersebut dan memunculkan *labeling* negatif atas apa yang dilakukan *talent* tersebut. Adanya potensi kemunculan stigma negatif ini karena perempuan tidak memiliki kuasa atas tubuhnya akibat dimanfaatkan sebagai bagian dari promosi penjualan yang mendorong eksploitasi dalam ruang kapitalisme.

Jika dilihat dari perspektif sensualitas tubuh perempuan, penulis melihat jika perempuan dalam konten TikTok Good Ponsel tidak sepenuhnya memiliki hak dan kedudukan yang setara dengan laki-laki. Hal ini karena

kemampuan perempuan dalam konten TikTok tersebut dipandang hanya untuk mempercantik konten dengan pakaian yang minim dan terbuka. Selain itu, kedudukan perempuan dalam proses pembuatan konten TikTok Good Ponsel juga dipandang berada di bawah laki-laki karena bagaimana tubuh perempuan menjadi hak milik dari laki-laki yang dibuktikan dengan bagaimana konten tersebut didorong untuk menonjolkan aspek visual secara sensual dari perempuan. Kuasa tubuh perempuan yang terjadi dalam proses pembuatan konten TikTok Good Ponsel lahir karena adanya motif kapitalisme sebagai penerapan strategi pemasaran dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi Good Ponsel.

3.1.5. Respon masyarakat terhadap konten Good Ponsel

Dari hasil temuan, penulis menemukan jika konten-konten yang diunggah dalam akun TikTok Good Ponsel mengundang berbagai respons dari pengguna media sosial.



Gambar 7. Respons Masyarakat dalam Konten TikTok Good Ponsel

Jika dilihat dari respons masyarakat yang mengomentari konten TikTok Good Ponsel seperti pada gambar 4.3, dapat dilihat bahwa respons audiens beragam dalam menanggapi konten yang menggunakan tubuh perempuan untuk dieksploitasi dengan motif mencari keuntungan. Terdapat respons yang menyayangkan kondisi perempuan yang menjadi *talent* dalam konten tersebut karena didorong untuk berjoget dan menggunakan pakaian minim. Di sisi lain, ada juga masyarakat yang merespons dengan menggoda *talent* yang ada di dalam konten tersebut.

Respons lain juga diberikan oleh pengguna media sosial terhadap konten TikTok Good Ponsel melalui wawancara penulis dengan narasumber. Kadek Bagus Putra Kartika merespons bahwa konten TikTok dengan menggunakan perempuan yang berpakaian minim dinilai sensual. Lebih jelasnya lagi, Kartika menyebutkan jika meskipun latar belakang dan tujuan dari pembuatan konten tersebut adalah untuk mempromosikan produk, tetapi mendorong *talent* untuk menggunakan pakaian minim menonjolkan konten tersebut menjadi konten yang sensual. Kartika juga menekankan bahwa fenomena pembuatan konten TikTok Good Ponsel mengindikasikan salah satu bentuk eksploitasi (Wawancara dengan Kadek Bagus Putra Kartika, 2024).

Respons serupa juga diungkapkan oleh I Made Krisna Wiranata dalam wawancara, yang mana menyebutkan jika konten tersebut memiliki unsur yang sensual dan mengindikasikan adanya bentuk eksploitasi tubuh perempuan. Wiranata menambahkan jika di sisi lain, konten TikTok Good Ponsel dengan pakaian yang minim maupun gerakan yang memiliki unsur sensual justru mengundang interaksi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan konten video biasa (Wawancara dengan Kadek Bagus Putra Kartika).

Melalui perspektif perempuan, Amira Kanaya Sinka menyebutkan jika meskipun penggunaan *talent* perempuan dengan pakaian terbuka itu harus dipandang dari apakah *talent* tersebut memberikan konsen atau persetujuan untuk membuat konten seperti itu, tetapi dampaknya terhadap rusaknya *image* perempuan dan melanggengnya objektifikasi perempuan tidak dapat dihindari (Wawancara dengan Amira Kanaya Sinka, 2024). Gandini Hasysyati Salsabila sebagai *content creator* juga menambahkan jika strategi konten TikTok Good Ponsel dengan menggunakan perempuan dapat memengaruhi persepsi karena *audiens* akan lebih berfokus ke perempuan sebagai *talent* dalam konten tersebut. Konsep konten ini membuat praktik eksploitasi perempuan menjadi sesuatu yang dilazimkan di dalam masyarakat sekaligus melanggengkan ideologi patriarki dalam memberi label stereotip terhadap perempuan (Wawancara dengan Gandini Hasysyati Salsabila, 2024).

Dapat dilihat jika respons dari bagaimana Good Ponsel membuat konten pemasaran dengan mengeksploitasi tubuh perempuan untuk menarik minat *audiens* mengundang reaksi yang beragam. Sebagian respons menyangkan bagaimana cara Good Ponsel mengeksploitasi tubuh perempuan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan menganggap bahwa cara ini dinilai melanggengkan patriarki dan melazimkan objektifikasi perempuan. Namun, ada juga masyarakat yang merespons konten tersebut dengan menganggap konten tersebut sebagai konten yang lazim dan justru menggoda *talent* dalam konten tersebut karena dianggap berpakaian secara terbuka.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Pada penelitian ini, penulis menemukan jika Good Ponsel melalui akun TikToknya melakukan eksploitasi tubuh perempuan dan mengobjektifikasi perempuan sebagai salah satu bagian dari strategi pemasaran untuk mempromosikan produk-produk yang dijual oleh Good Ponsel. Praktik eksploitasi tubuh perempuan yang dilakukan oleh Good Ponsel sendiri disebabkan karena dalam dunia yang didominasi oleh motif kapitalisme, perusahaan harus dapat mencari keuntungan dengan menarik perhatian masyarakat melalui berbagai cara. Selain itu, praktik objektifikasi perempuan menjadi salah satu praktik yang lazim digunakan oleh perusahaan sebagai bagian dari pemasaran karena dinilai dapat menarik minat penonton secara efektif. Hal ini disebabkan karena perempuan tidak memiliki kuasa sepenuhnya atas tubuh perempuan dan harus dikontrol oleh patriarki karena stigma dan stereotip yang melekat pada perempuan, yang mana menganggap bahwa kedudukan perempuan berada di bawah laki-laki.

Good Ponsel mengeksploitasi tubuh perempuan dengan membuat konten promosi video di TikTok dengan menggunakan tubuh perempuan. Secara lebih detail lagi, Good Ponsel mendorong *talent* perempuan untuk mengenakan pakaian yang minim dan terbuka di mayoritas kontennya. Selain itu, *talent* perempuan dalam konten yang diunggah di akun TikTok Good Ponsel juga didorong untuk melakukan gerakan-gerakan yang dianggap sensual seperti memalukan gerakan ataupun memberikan ekspresi wajah yang kental dengan nuansa sensual.

Penulis juga menemukan bahwa konten yang diunggah dalam TikTok Good Ponsel sengaja dibuat dengan mempertontonkan adegan-adegan atau visual yang dapat mengundang cara pandang seksual dari perspektif laki-laki atau *male gaze*. Hal ini ditunjukkan dengan respons dan reaksi yang diterima oleh akun TikTok Good Ponsel, yang mana beberapa komentar menjurus pada menggoda *talent* yang ada di dalam konten Good Ponsel hingga melakukan pelecehan seksual secara verbal dan daring dengan mengirim komentar-komentar tersebut. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa ada kecenderungan dari Good Ponsel untuk mengeksploitasi tubuh perempuan dan menekankan kepemilikan atas tubuh perempuan untuk membantu promosi yang dilakukan.

Secara umum, penulis melihat bahwa sensualitas tubuh perempuan yang ditampilkan dalam konten TikTok Good Ponsel mengandung unsur nuditas dan sugestivitas. Kedua unsur ini dipadukan dengan menampilkan *talent* berpakaian terbuka dan melakukan gerakan-gerakan *innuendo* sehingga dapat mengundang perhatian dari

audiens, yang mana tanda-tanda tersebut dimanfaatkan untuk menciptakan interpretasi makna di benak audiens antara keterkaitan konten dengan unsur sensualitas dan akun Good Ponsel. Jika dipandang melalui teori semiotika, penulis melihat bahwa Good Ponsel melalui akun TikTok miliknya menempatkan tanda-tanda yang dalam hal ini konten dengan *talent* berpakaian terbuka untuk menciptakan keterkaitan dengan Good Ponsel. Hal ini berhubungan dengan bagaimana Good Ponsel dikenal sekaligus meningkatkan popularitas sehingga audiens dapat dengan mudah mengasosiasikan konten serupa dengan Good Ponsel.

Bentuk eksploitasi tubuh perempuan dalam ruang media sosial yang melalui akun TikTok Good Ponsel juga ditunjukkan dengan bagaimana Good Ponsel mendirikan agensi Good Ponsel Angels yang berisikan *talent-talent* perempuan dengan pakaian yang terbuka untuk melayani jasa *endorse* atau promosi dari perusahaan lain. Hal ini merupakan suatu wujud eksploitasi di mana Good Ponsel mendirikan sebuah agensi didasarkan pada bagaimana Good Ponsel dapat membuat konten yang viral dengan mengandalkan *talent-talent* perempuan yang didorong untuk membuat konten dengan pakaian yang terbuka dibandingkan menonjolkan bagaimana Good Ponsel dapat menciptakan konten yang berkualitas.

Saran

Pada penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran yang ditunjukkan untuk akademisi dalam melakukan penelitian berkaitan dengan eksploitasi tubuh perempuan di ruang media sosial. Penulis menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menganalisis lebih dalam dan lebih luas tentang bagaimana eksploitasi tubuh perempuan di media sosial dapat terjadi dengan adanya konsen dari perempuan selaku pemilik tubuh tersebut dan melihat apakah objektifikasi yang terjadi berkaitan dengan motif ekonomi ataupun motif lainnya.

Penulis juga menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan topik ini dalam melihat bagaimana proses pembuatan keputusan bagi perusahaan yang memilih mengeksploitasi tubuh perempuan untuk kepentingannya. Hal ini penting untuk melihat bagaimana adanya kuasa yang tidak disadari oleh perempuan.

Daftar Pustaka

- Alam, A. R., Asdar, M., Munizu, M., Mappanyompa, A. N., Kadir, A. R., Munir, A. R., . . . Alam, S. (2023). *Social Media Marketing: Teori dan Praktik pada UMKM*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Nurhayati, E. (2018). *Psikologi perempuan dalam berbagai perspektif*.
- Afifah, T. N., Rahma, A. W., & Cholis, Y. T. (2020). Eksploitasi tubuh wanita dalam iklan Dolce & Gabbana. *Jurnal Audiens*, 1(2), 167-174.
- Al-Hadi, R. A., & Hidayat, N. (2017). Komodifikasi tubuh perempuan di Instagram (Analisis wacana pada endorser perempuan di Jember). *E-Sospol*, 4(1), 1-5.
- Aslati, A., & Silawati, S. (2018). Fenomena Eksploitasi Perempuan Oleh Media. *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(2), 133-142.
- Bendar, A. (2019). Feminisme dan gerakan Sosial. *Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 13(1), 25-37.
- Cahya, K. D., & Gabriella, S. (2022). Komodifikasi tubuh perempuan dalam kuasa simbolik iklan Citra dan WRP. *Intelektiva*, 3(6), 27-37.
- Candraningrum. Dewi, (2014). "Politik Rahim Perempuan Kendeng Menolak Tambang Semen"
- Perempuan dalam Iklan Shopee Versi Big Sale 11.11 2020. *Jurnal Audiens*, 3(4), 199-207.

- Gittawati, A. A. (2023). Visual pleasure new media (Analisis semiotika male gaze dalam akun TikTok @Goodponselangels. *Communications*, 5(2), 443-466.
- televisi: Analisis lintas budaya terhadap iklan parfum axe yang tayang di televisi indonesia dan amerika serikat. *Jurnal Kajian Media*, 1(2).
- Oktavia, R. A. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk. *Technopreneuship*.
- Pasaribu, A. L., & Pramiyanti, A. (2023). Objektifikasi dan konstruksi cantik pada tubuh perempuan dalam akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(2), 158-178.
- Prasetyo, A., & Kristiyono, J. (2024). Komodifikasi tubuh perempuan dalam iklan judi online di Instagram. *Digicom: Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 13-17.
- Putra, I. P. (2021). Analisis konten video iklan pada aplikasi TikTok untuk meningkatkan brand awareness. *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), 393-401.
- Susilo, D., & Kodir, A. (2016). Politik tubuh perempuan: bumi, kuasa, dan perlawanan. *Jurnal Politik*, 1(2), 317-330.
- Susilo, D., & Kodir, A. (2016). Politik tubuh perempuan: bumi, kuasa, dan perlawanan. *Jurnal Politik*, 1(2), 317-330.
- Zahid, A., Ayu, N. A., & Ikayanti, R. L. (2023). Kapitalisme tubuh perempuan: Sebuah pendisiplinan atau industrialisasi. *Resiprokal*, 5(1), 115-131.
- Good Ponsel. (n.d.). *Good Ponsel Angels*. Retrieved Agustus 8, 2024, from <https://www.goodponsel.com/angels/>.