



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 1075-1089

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Objektifikasi Foto Selfie Perempuan Pada Akun Instagram @dd.id

Yunda Kartika^{1✉}, Natasya Sofia², Hasan Sazali³, Maulana Andinata⁴

(1)(2)(3) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

(4) Universitas Sumatera Utara

Email: yundakartika04@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada objektifikasi foto *selfie* wanita pada akun *Instagram @dd.id*. *Objektifikasi* pada wanita ialah objek menarik yang selaku semacam kenyataan dalam kehidupan masyarakat. Nyaris di semua media, wanita diposisikan sebagai mitra umum. wajah cantik, dan lekuk tubuh wanita dijadikan objek seksual. Tipe dari penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Dengan teknik analisis dan interpretasi data menggunakan pendekatan model semiotika Roland Barthes melalui tahapan analisis *Leksia* dan kode pembacaan yang terdiri dari kode *hermeneutika*, kode *proairetik*, kode *kultural*, kode *simbolik*, dan kode *semik*. foto *selfie* juga dianalisis berdasarkan 3 golongan ialah golongan *kenyataan*, golongan *perwakilan* dan level *gagasan*. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana media sosial menkonstruksi *objektifikasi* foto *selfie* perempuan pada akun *Instagram @dd.id*, dan bagaimana *objektifikasi* foto *selfie* perempuan ditampilkan, serta pengaruh apa yang muncul dari tindakan *objektifikasi* foto *selfie* perempuan tersebut sehingga dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif dari aktivitas *selfie* itu sendiri di era digital saat ini. Dalam hal ini *objektifikasi* foto *selfie* atau potret diri dipengaruhi oleh berbagai bentuk budaya berupa observasi, dan evaluasi terhadap tubuh perempuan yang memiliki penekanan khusus pada tubuh perempuan, dan berbagai bentuk ekspresi budaya berupa komentar, tatapan, dan seruan yang menjadikan tubuh perempuan sebagai subyek evaluasi. *Objektifikasi* diri juga dipengaruhi oleh kebutuhan individu untuk *menginternalisasi* budaya *objektifikasi*.

Kata Kunci: *Objektifikasi* perempuan, Foto *selfie*, Budaya *Objektifikasi*.

Abstract

This research focuses on the objectification of women's selfie photos on the Instagram account @diadona.id. Objectification of women is an interesting object that becomes a kind of reality in people's lives. In almost all media, women are positioned as common partners. beautiful faces, and the curves of women's bodies are used as sexual objects. The type of this research is descriptive qualitative. With data analysis and interpretation techniques using Roland Barthes' semiotic model approach through the stages of Lexia analysis and reading codes consisting of hermeneutic codes, proairetic codes, cultural codes, symbolic codes, and semilic codes. Selfie photos are also analyzed based on 3 categories, namely reality group, representative group and idea level. The purpose of this study is to find out how social media constructs the objectification of women's selfie photos on the Instagram account @dd.id, and how the objectification of women's selfies is displayed, as well as what influences arise from the act of objectifying women's selfies so that they can have positive or negative impacts. from the selfie activity itself in today's digital era. In this case the objectification of selfies or self-portraits is influenced by various forms of culture in the form of observations and evaluations of women's bodies which have a special emphasis on women's bodies, and various forms of cultural expression in the form of comments, stares, and calls that make women's bodies the subject of evaluation. Self-objectification is also influenced by the individual's need to internalize an objectified culture.

Keywords: *Objectification of women, Selfies, Raising Objectification.*

PENDAHULUAN

Selfie (potret diri) atau selfie, demikian sebutannya dalam bahasa Indonesia, sangat digemari, terutama di kalangan mereka yang bekerja di tempat umum. Kepopuleran selfie jenis ini karena semakin banyak orang yang berswafoto dan sudah menjadi kebiasaan. Kegiatan selfie ini digemari berbagai kalangan mulai dari remaja hingga manula, warga hingga tokoh daerah dan nasional. Dimulai pada abad ke-19, industri selfie berkembang pesat dengan teknologi canggih. Selfie adalah potret diri, foto tatap muka, biasanya diambil dengan smartphone atau webcam dan kemudian dibagikan kepada orang lain melalui media sosial. Instagram adalah platform media sosial populer yang digunakan pengguna untuk berbagi selfie mereka. Kehadiran jejaring sosial di Instagram di kalangan anak muda memang menarik. Instagram adalah platform media sosial yang pertama kali muncul pada 6 Oktober 2010. Instagram adalah platform berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan menerapkan filter digital pada foto yang diambil dan diposting. Melalui Instagram, orang dapat membagikan momen pribadi mereka sebagai foto dan video pendek yang dapat digabungkan dengan keterangan dan tagar untuk informasi lebih lanjut. Status pengguna seperti foto yang diunggah ke akun Instagram mereka mudah terlihat dan dapat diakses oleh audiens target. Metode

berbagi foto di Instagram adalah sebuah proses, bukan hanya berbagi, tetapi sisi kehidupan, di mana banyak akun Instagram dibuka, populer untuk foto dan serangan, dan jumlahnya mencapai ribuan atau ratusan ribuan dari mereka, pemburu rekaman.

Dalam hal ini media sosial merupakan wadah yang mampu memfasilitasi berbagai jenis komunikasi dan memberikan berbagai jenis informasi kepada seluruh lapisan masyarakat (Sahaja, 2017). Perkembangan media sosial yang terus diakses masyarakat Indonesia akhirnya melahirkan fenomena sosial lain yang disebut *cyber culture*. Dalam budaya dunia maya, interaksi terjadi di antara orang-orang, terutama dalam komunikasi visual. Dunia maya memberi setiap individu ruang bebas untuk tindakan apa pun. Hal ini terlihat di media sosial dimana perempuan sering dijadikan objek. Hal ini akan memotivasi dirinya untuk melakukan dan mencapai sesuatu guna memenuhi kebutuhannya (Ahmad, 2014). Selain itu, melalui aktivitas selfie dan unggahan juga dapat menggiring remaja untuk menilai diri sendiri atau orang lain. Upaya tidak langsung oleh kaum muda mempromosikan komunikasi kaum muda. Entah berapa ribu bahkan jutaan foto selfie diunggah ke berbagai jejaring sosial atau aplikasi smartphone setiap harinya (C. Richard, 2010: 33).

Media sosial juga merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi digital yang membuat intensitas penyebaran informasi dan membuka ruang komunikasi semakin tinggi dan cenderung tidak terkendali. Dalam perkembangannya, media memosisikan perempuan sebagai objek sebagaimana dijelaskan oleh Berberick (2010): "Representasi perempuan di media selalu bersifat eksploitatif. Dia telah, selama bertahun-tahun, mereduksi wanita menjadi tidak lebih dari objek untuk dimenangkan, hadiah untuk diperlihatkan, dan mainan untuk disalahgunakan" (2). Citra perempuan di media biasanya diposisikan sebagai objek atau hadiah yang bisa dieksploitasi. Dobson (2016) berpendapat bahwa objektifikasi perempuan khususnya di media sosial sangat erat kaitannya dengan status sosial perempuan di "dunia nyata". Oleh karena itu, kajian kritis terhadap media sosial untuk melihat bagaimana objektifikasi dilakukan menjadi penting untuk membongkar dan pada akhirnya menantang dominasi ideologi yang menjadi jantung praktik budaya tersebut (Mailin, Dalimunthe & Zein, 2023).

Berdasarkan pemaparan diatas pada jurnal ini penulis akan membahas mengenai *Objektifikasi Foto Selfie Perempuan Pada Akun Instagram @dd.id*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan rancangan penelitian analisis semiotika. Metode penelitian kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Pengamatan mendalam merupakan komponen utama dari metode kualitatif ini. Sebab itu, dengan mengaplikasikan metodologi penelitian kualitatif dapat menghasilkan suatu fenomena yang dikaji secara lebih

detail. Metodologi penelitian adalah setting dimana penelitian dilakukan (Darmalaksana, 2020). Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan analisis semiotik. Penelitian ini merupakan obyektifikasi foto selfie perempuan pada akun Instagram @dd.id. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dengan melihat langsung akun Instagram @dd.id. dan data sekunder berupa jurnal ilmiah nasional dan internasional, artikel, e-book dan penelitian. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Unit analisis yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah foto selfie yang berkaitan dengan topik penelitian (obyektifikasi foto selfie wanita pada akun Instagram @dd.id). Cara analisis dan bentuk data memakai ancangan pola semiotika Roland Barthes dengan jenjang analisis leksikal dan pembacaan petunjuk. Analisis leksia dipilih dan ditetapkan berdasarkan makna yang dimilikinya. Dalam gambar, leksikon biasanya didasarkan pada satuan karakter (gambar) adapun pendapat relevan dengan makna. Membaca petunjuk Roland Barthes, teks tersebut memiliki lima tanda utama (Eis Major Code): hermeneutik, pro-estetika, simbolik, budaya dan semi-verbal. Foto selfie juga dianalisis berdasarkan tiga level, yaitu level kenyataan, level perwakilan, dan level gagasan menurut penjelasan semiotika Fiske.

Penelitian bertujuan untuk mendapatkan data tentang *Objektifikasi Foto Selfie Perempuan Pada Akun Instagram @dd.id*. Hasil observasi pada akun *Instagram @dd.id* menjadi dasar data penelitian ini. Kajian ini membahas tentang kendala permasalahan yang akan dikaji pada *objektifikasi Foto Selfie perempuan Pada Akun Instagram @dd.id*.

LANDASAN TEORI

Objektifikasi Perempuan

1. Objektifikasi berasal dari kata objektif yang mengacu pada situasi nyata tanpa perspektif individu. Menurut perspektif filosofis sosial, objektifikasi adalah memperlakukan seseorang sebagai objek tanpa memperhatikan martabatnya. Menurut filsuf Martha Nussbaum, ketika menerangkan sesungguhnya insan mampu diucapkan memperoleh objek ketergantungan jika diinginkan.
2. Seperti tidak perlu mempedulikan perasaan dan pengalamannya (menolak subjektivitas).

Objektifikasi perempuan mengacu pada situasi di mana perempuan hanya digunakan sebagai objek seksual. Perempuan dianggap hanya sebagai pelengkap bagi laki-laki. Wanita merasa tidak nyaman di depan umum karena merasa tidak dipandang sebagai orang yang perlu dihargai dan dihormati. Oleh karena itu, tidak jarang perempuan mengalami pelecehan seksual

di tempat umum. Hal ini dikarenakan laki-laki hanya melihat perempuan sebagai objek untuk dinikmati. Tindakan objektifikasi perempuan bukanlah suatu hal yang membuat perempuan merasa nyaman. Karena tindakan objektifikasi merupakan tindakan yang tidak berkemanusiaan, tindakan yang merendahkan martabat perempuan, atau bisa disebut dengan istilah dehumanisasi. Objektifikasi perempuan mengarah pada dehumanisasi korban karena merasa rendah atau tidak memiliki martabat kemanusiaan. Budaya patriarki tertanam dalam sebagian besar kehidupan sosial masyarakat dan menempatkan perempuan pada posisi subordinat dalam struktur sosial. Menurut Mohammad Yasir Alimi, masih ada budaya di masyarakat yang memandang laki-laki sebagai sosok yang kuat dan unggul.

Keberadaan ide-ide tersebut menempatkan perempuan pada posisi di mana mereka dapat diperlakukan sebagai nafsu atau dideskripsikan sebagai objek. Perempuan selalu dipandang lebih lemah dari laki-laki, sehingga menimbulkan relasi kuasa antara laki-laki dan perempuan, menjadikan perempuan objek. Menurut Bartka, objektifikasi seksual perempuan terjadi ketika tubuh perempuan dianggap sebagai bagian terpisah dari perempuan itu sendiri. Objektifikasi seksual adalah tindakan memperlakukan seseorang dengan cara yang diinginkan untuk memuaskan hasrat seksual. Perempuan hanya dipandang sebagai objek yang berfungsi untuk memenuhi hasrat laki-laki. Menurut teori objektifikasi yang dikemukakan oleh Fredrickson dan Roberts, objektifikasi seksual mempengaruhi kesehatan mental perempuan. Wanita takut dan khawatir tentang keamanan fisik (tubuh) mereka.

Objektifikasi Diri

Teori Objektifikasi diri berkaitan dengan tubuh perempuan dalam konteks sosiokultural. Teori ini awalnya dikembangkan oleh Fredrickson dan Roberts (1997) untuk mengkaji dan memahami realitas dan konsekuensi psikologis serta risiko kesehatan mental yang terkait dengan objektifikasi diri. Objektifikasi diri adalah salah satu bentuk penindasan gender, yang kebanyakan terjadi di kalangan perempuan. Jenis pemaksaan ini disebut praktik objektifikasi, yang terjadi ketika tubuh, organ, dan tindakan seksual seseorang dipisahkan dari orang tersebut dan dianggap sebagai objek.

Dalam proses self-purposing, individu dianggap hanya sebagai entitas. Menurut Fredrickson dan Roberts (1997), praktik penargetan dapat terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari penilaian seksual hingga tindakan kekerasan seksual. Objektifikasi berupa penilaian seksual dapat terjadi dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam media seperti film, iklan, acara televisi, majalah dan lainnya. Perkembangan objektifikasi diri kian menyebar di masyarakat dan membentuk budaya objektifikasi. Budaya objektifikasi ini memposisikan dan menginformasikan wanita dan masyarakat untuk memandang, menghargai, dan memperlakukan tubuh wanita sebagai objek.

Ketika tubuh wanita terus-menerus dievaluasi dan menaksir oleh manusia di sekeliling, lalu wanita tersebut juga akan menilai dan menilai tubuhnya sendiri berdasarkan pandangan masyarakat, dan inilah yang dikenal dengan proses internalisasi. Proses internalisasi ini terjadi ketika ada kemauan individu untuk memenuhi tuntutan eksternal, kemudian mengidentifikasi tuntutan tersebut dan mengenali serta menggabungkannya sebagai bagian dari diri mereka sendiri bukan demi desakan. Objektifikasi diri terjadi sesudah prosedur penghayatan pandangan yang diterapkan pada individu, khususnya perempuan, oleh lingkungan sosial. Perempuan akan melihat dirinya sebagai objek yang harus dihargai dan diapresiasi oleh individu lain.

Dan objektifikasi diri ini memiliki banyak konsekuensi bagi perempuan yang melakukan objektifikasi diri. Efek psikologis objektifikasi diri meliputi rasa malu, kecemasan, rasa tidak aman, dan peningkatan kepekaan terhadap organ dalam. Konsekuensi psikologis juga akan menyebabkan konsekuensi kesehatan mental seperti gangguan makan, depresi dan disfungsi seksual. Demikian pula, Fredrickson dan Roberts (1997) mencatat bahwa individu akan merespon secara berbeda terhadap budaya objektif. Respons didasarkan pada usia, etnis, jenis kelamin, dan karakteristik individu. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa objektifikasi diri tidak dapat diterapkan pada semua individu dan pada banyak tingkatan objektifikasi diri individu dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya.

Berlandaskan definisi di atas, bisa disimpulkan bahwa objektifikasi diri adalah perilaku yang lebih didahulukan karakter aspek penampilan fisik dari pada aspek penguasaan fisik dalam memastikan derajat seseorang.

Menurut Fredrickson dan Roberts (1997), budaya konservatif didirikan untuk memperlakukan perempuan sebagai objek yang terlihat, untuk dilihat, diperiksa dan dinilai dari penampilan fisiknya, meyakinkan perempuan untuk mengambil gagasan lain tentang tubuh. Oleh karena itu, banyak wanita mengambil pendapat lain tentang tubuhnya. Proses menerima gagasan orang lain dalam tubuh sendiri disebut proses internalisasi.

Costanzo (1992) berpendapat bahwa proses internalisasi mengarah pada sosialisasi positif dari masyarakat dengan kehendak individu, yang kemudian saling mengakui satu sama lain sehingga pada akhirnya kepemilikan nilai-nilai sosial menjadi pribadi yang nantinya harus bersama individu terus menerus.

Identitas

Di dunia di mana media tampaknya menembus setiap aspek kehidupan kita, identitas, dan budaya adalah tiga konsep yang saling terkait. Seiring perkembangan zaman, interaksi kita

satu sama lain menjadi lebih kompleks, dan kita menghabiskan lebih banyak waktu online. Foto selfie yang diposting di media sosial, dalam hal ini Instagram, adalah salah satu cara perempuan pengguna platform tersebut—baik yang berhijab maupun yang tidak—menampilkan citra dirinya. Tubuh yang berpakaian dengan cara tertentu, memotret dirinya sendiri, memilih yang terbaik, lalu mempostingnya di Instagram adalah cerminan dari citra diri seorang wanita. Selfie snap pada dasarnya adalah aktivitas pribadi, tetapi setelah gambar tersebut dibagikan di media sosial, khususnya Instagram, hal itu menjadi publik dan tidak lagi berada di ranah pribadi. Karena gambar selfie dibagikan di jejaring sosial yang langsung dapat diakses dengan koneksi internet, siapa pun yang terhubung atau berjejaring dengan kami dapat melihatnya. Citra diri yang ditampilkan terhubung dengan representasi. Selfie sebagai sarana representasi diri menunjukkan hubungan rumit antara objektifikasi, politik identitas, dan estetika diri perempuan. Identitas serta makna dikonstruksikan dalam sebuah representasi. Identitas, dalam kata-kata Hall (1997, 51), "selalu dibentuk di dalam, bukan di luar, representasi" dan merupakan ciptaan yang berkelanjutan dan tidak pernah selesai. Oleh karena itu, representasi dan identitas sangat erat kaitannya. Bahasa dan gambar visual berfungsi sebagai "sistem simbolik" untuk representasi, yang akan menghasilkan makna tertentu. Makna ini akan dihubungkan dengan identitas tertentu melalui bahasa dan representasi visual (Woodward, 1997, 12). Dengan cara ini, representasi dalam budaya memproduksi, mengonsumsi, dan mengatur identitas (Woodward, 1997, 12). Jika identitas tidak diperlukan, sebagaimana dinyatakan dalam kutipan berikut dari Hall (1997): "Identitas budaya adalah titik-titik identifikasi, titik-titik identifikasi atau jahitan yang tidak stabil, yang dibuat, dalam wacana sejarah dan budaya," maka konstruksi identitas melalui representasi akan terus berlanjut dan tidak pernah selesai. Sikap, bukan esensi.

Menurut temuan penelitian ini, perempuan lebih aktif di media sosial daripada laki-laki dalam menampilkan citra dirinya kepada khalayaknya, yang juga dikenal sebagai netizen. Tergantung pada banyak faktor yang mendasari konstruksi diri yang ingin Anda gambarkan, setiap wanita akan memiliki identitas atau citra diri tertentu yang ingin mereka kembangkan.

Teori representasi (*theory of representation*) Objektifikasi Perempuan

Objektifikasi didefinisikan sebagai memperlakukan satu hal sebagai yang lain, dimana seseorang memperlakukan sebagai objek sesuatu yang bukan objek, yang sebenarnya adalah seseorang (Nussbaum 1995:254). Nussbaum membagi menjadi tujuh kategori di mana seseorang dianggap objek ketika satu atau lebih karakteristik ini diterapkan, yaitu: instrumentalitas, penolakan otonomi, inersia, substitusi, mudah rusak, kepemilikan, penolakan subjektivitas (Nussbaum, 1995:256-257). Rae Langton kemudian melengkapi pandangan

Nussbaum yaitu reduksi tubuh, reduksi penampilan, dan silencing (Langton, 2009:228-229).

Representasi perempuan yang diobjektifikasi mengacu pada bagaimana perempuan digambarkan di jejaring sosial, khususnya di akun Instagram @dd.id. dalam hal ini terkait dengan penampilan perempuan yang menjadi objek yang dikonstruksikan pada akun Instagram @dd.id akan dijelaskan melalui analisis semiotik.

Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah studi tentang sistem simbolik atau teori pengakuan. Semiotika sering didefinisikan sebagai studi filosofis tentang tanda dan simbol sebagai bagian dari sistem pengkodean yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Semiotika mencakup sinyal visual dan verbal (semua tanda atau sinyal yang dilihat dan diterima oleh semua indera kita), ketika sinyal ini membentuk sistem kode yang berisi informasi atau pesan yang menjadi bagian dari setiap aktivitas dan perilaku manusia. Semiotika ialah studi tentang tanda dan simbol yang secara tradisional penting dalam makna budaya komunikasi.

Tradisi semiotik mengacu pada simbol sebagai benda, ide, situasi, kondisi, perasaan, dan sebagainya termasuk cara mengungkapkannya. Menurut Charles S. Peirce dalam Fiske (1990) dan Littlejohn (2011), semiotika berangkat dari tiga pengertian dasar, yaitu triangular theory of meaning. Yang dibahas dalam teori triangulasi ini adalah bagaimana makna muncul dari sebuah simbol ketika orang menggunakan simbol tersebut dalam komunikasi (Criantono, 2012).

Berikut hubungan tanda objek, dan *interpretant (triangle of meaning)*

- a. Simbol adalah bentuk fisik yang dapat dikenali oleh panca indera manusia, dan merujuk (mewakili) sesuatu selain simbol itu sendiri. Referensi karakter ini disebut objek.
- b. Sebuah simbol referensi (objek) adalah konteks sosial yang dirujuk oleh simbol tersebut, atau apa yang dirujuk oleh simbol tersebut.
- c. Pengguna (penafsir) tanda adalah konsepsi mental dari orang yang menggunakan tanda, yang menguraikannya menjadi makna atau makna tertentu yang ada dalam pikirannya tentang objek yang ditunjuk oleh tanda itu.

Semiotika, atau studi tentang tanda, merupakan disiplin penting dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik adalah seperangkat referensi tentang bagaimana tanda mengidentifikasi objek, pikiran, situasi, situasi, perasaan, dan situasi di luar tanda itu sendiri (Littlejohn dan Foss, 2011). Konsep terpenting Saussure dalam bidang semiotika adalah metode pemaknaannya. Saussure menempatkan tanda-tanda dalam cara komunikasi manusia dengan memilih apa yang disebutnya makna, suara yang jelas atau garis (objek) yang konkrit, yaitu apa yang dikatakan dan ditulis atau dibaca.

Semiotika dalam penelitian ini mengadopsi konsep dua tingkat makna (*two level meaning*)

dari Roland Barthes. Semiotika menganggap bahwa pesan suatu medium terdiri dari serangkaian simbol yang menghasilkan makna tertentu. Makna ini bukanlah makna bawaan, melainkan makna yang dihasilkan oleh sistem perbedaan dan hubungan tanda. Barthes membuat peta yang menunjukkan cara kerja simbol (Sobur, 2009).

Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>signifier.</i>	2. <i>signified.</i>	
3. <i>Denotative sign.</i>		5. <i>Connotative Signified.</i>
4. <i>Connotative Signifier.</i>		
6. <i>Connotative Sign.</i>		

Sumber : Sobur (2009)

Penelitian ini menganalisis satu foto *selfie* dalam akun *instagram @dd.id* Melalui tahapan analisis leksia dan pembacaan kode menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes. Analisis *Leksia* dipilih dan ditentukan berdasarkan makna yang dilakukannya. dalam imaji, leksia biasanya didasarkan pada satuan karakter (gambar) yang dianggap penting untuk makna. membaca Kode bagi Roland Barthes, teks memiliki lima kode *utamanya (Eis Major Code): hermeneutik, pro-estetika, simbolik, kultural, dan semi-verbal.*

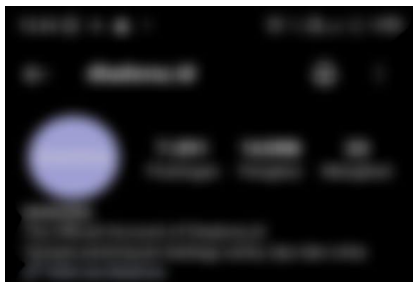
HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa akun Instagram menyertakan foto selfie wanita yang tampil stylish, atraktif, dan trendi seperti halnya wanita yang menghargai daya tarik dan kecantikan. Kenakan mode terbaru, lihat bagiannya, dan tersenyumlah ke kamera saat memakainya. Penata rias pun tak menyia-nyaiakan wajahnya dalam hal ini, menggunakan riasan natural yang memancarkan kesederhanaan dan setidak-tidaknya menganut konsep kerendahan hati sebagai citra diri yang diinginkan. Namun, penulis menemukan gambar wanita dalam situasi yang sangat menggoda setelah melihat banyak profil maupun foto di Instagram. Siapa pun yang melihat bidikan selfie kemungkinan besar akan digoda atau ditantang oleh ekspresi wajah dalam foto-foto ini. Wanita yang memposting selfie ke Instagram adalah subjek yang sadar akan selebritas online mereka. Saat kita berswafoto, kita ingin orang lain melihat gambar kita dan tercengang serta penasaran seperti kita. Ketika mereka menerima banyak like dan komentar pada foto selfie yang diposting, kebutuhan wanita untuk dicintai dan dipuji atas tubuh mereka tampaknya terpenuhi.

Di berbagai akun Instagram, kita bisa menemukan kumpulan foto selfie seksi para wanita berpenampilan seksi; akan tetapi pada pembahasan ini kita fokus satu akun *@dd.id* saja. Akun

@dd.id menunjukkan ambivalensi identitas, menurut penulis. Berikut adalah tampilan halaman awal akun instagram @dd.id

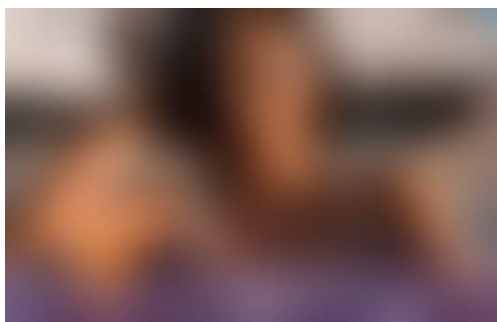
Analisis foto selfi perempuan



Akun tersebut terlihat jelas bahwa perempuan lebih banyak dijadikan sebagai objek dan lebih banyak di sorot dalam temuan yang ada. Menurut temuan ini, selfie dengan postur tubuh paling menarik yang menunjukkan erotisme lekuk tubuh di balik pakaian ketat, terutama yang memperlihatkan payudara, paling banyak menerima ekspresi kasih sayang. Media sosial beroperasi dengan logikanya sendiri, yang menurutnya siapa pun dapat menjadi kepenulisan yang mengubah bentuk jika citra diri mereka diposting secara online.

Terlihat juga dari temuan akun pribadi dari perempuan yaitu mba L dapat kita lihat identitas yang ditampilkan oleh akun pribadi miliknya sendiri, ia bernama marion jola dengan pengikut 4,9 JT. Kebanyakan foto yang di posting pada akun pribadinya memajang foto selfie dirinya dengan pose yang sangat seksi sehingga memunculkan sisi identitas perempuan masa kini yang tampil seksi agar banyak netizen yang memiliki ketertarikan pada akunnya sehingga keterkenalan dan ketenaran lah yang menjadi tujuan. Berikut merupakan salah satu postingan pada akun *instagram @dd.id*

Analisis Foto



Salah satu postingan pada foto *Selfie* perempuan dengan *caption* "lala juga cantik banget ketika disinari cahaya matahari" sumber akun *Instagram @dd.id*.

Identifikasi Kode Foto Perempuan dengan *caption* "lala juga cantik banget ketika disinari cahaya

matahari" pada postingan akun Instagram @dd.id

<i>Signified</i> (Penanda)	<i>Signifier</i> (Penanda)
Pengambilan gambar.	<i>Full Shot.</i>
Sudut pandang.	<i>Eye Level Angle.</i>
Pencahayaan.	<i>High Contras.</i>
Pewarnaan.	<i>Warm.</i>

Analisis Leksia

1. Seorang wanita berpose tersenyum dipinggir pantai dengan pandangan lurus kedepan
2. dengan tangan sebelah kanan di tempelkan samping kepala,
3. Ia mengenakan baju kaos pendek berwarna putih
4. Model ini mengenakan kalung rantai berwarna putih, dan cincin, serta anting di telinganya
5. memiliki kulit dengan warna sawo matang,
6. Rambutnya pendek berwarna coklat, model belah samping terurai kedepan
7. Wajahnya tampil cantik dengan menggunakan *kosmetik*

Kode Pembaca

1. Kode Hermeunetika

Mengapa perempuan tersebut berpose tersenyum dipinggir pantai dengan pandangan lurus kedepan? Mengapa tangan sebelah kanan di tempelkan samping kepala? Mengapa ia mengenakan baju kaos pendek berwarna putih? Mengapa ia mengenakan kalung rantai berwarna putih, dan cincin, serta anting di telinganya? Mengapa memiliki kulit dengan warna sawo matang? Mengapa Rambutnya pendek berwarna coklat, model belah samping terurai kedepan? Mengapa wajahnya tampil cantik dengan menggunakan *kosmetik*?

2. Kode Proairetik

Wanita yang bergaya senyum dipinggir pantai mengekspos keleluasaan, sedangkan dengan meluruskan pandangan kedepan bisa diartikan meningkatkan rasa kepercayaan diri. tangan sebelah kanan di tempelkan samping kepala menandakan ekspresi model yang tetap teresan *eksotik*. mengenakan baju kaos pendek berwarna putih mengartikan bahwa model ini ingin tampil cantik, bersih, dan lebih seksi. ia mengenakan kalung rantai berwarna putih, dan cincin, serta anting di telinganya menandakan agar terlihat modis. walaupun ia memiliki kulit dengan warna sawo matang, namun ia tetap terlihat menarik dengan kulit eksotis nya yang sangat cocok dengan *vibe* pantai. rambut pendeknya berwarna coklat, model belah samping

terurai kedepan menfenisikan bahwa hal ini dibuat agar lebih terlihat kekinian dan mengikuti trend masa kini. wajahnya tampil cantik dengan menggunakan *make up* menandakan ke khasan seorang perempuan perempuan Indonesia dengan kecantikannya

3. Kode Simbolik

Penggunaan kalung rantai berwarna putih, dan cincin, serta anting di telinganya diasosiasikan sebagai wanita muda yang selalu modis. senyum model wanita ini mempresentasikan kelonggaran menempuh waktu luangnya tanpa memikirkan tanggungan kehidupan. Busana warna putih yang diguanakannya mempresentasikan keadaan hatinya yang lebih tenang perasaannya yang cerah, senang, dan gembira .dan baju kaos pendek yang digunakannya ini menandakan agar penampilannya terlihat lebih cantik dan seksi. Jadi, model perempuan ini mempresentasikan wanita cantik dengan kulit sawo matang yang terlihat selalu tampil cantik dan seksi dengan penampilan modisnya.

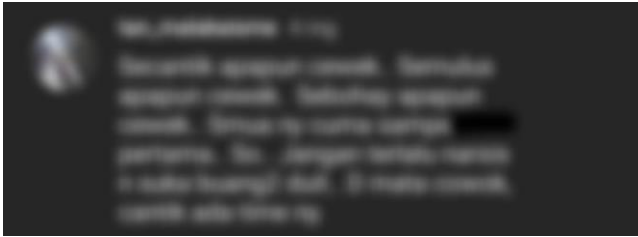
4. Kode Kultural

Seorang wanita dengan wajah cantik menggunakan *make-up* menunjukkan bahwa model menginginkan wajah cantiknya terlihat lebih cantik. *Trend* baju kaos pendek dengan gaya foto selfi yang digunakannya menunjukkan model perempuan masa kini yang sudah menjadi bagian dari kebudayaan. penggunaan kalung rantai berwarna putih, dan cincin, serta anting di telinganya merupakan salah satu hasil transformasi budaya Indonesia dan kebudayaan dari luar.

5. Kode Semik

Hingga saat ini, wanita dianggap menawan, dan kemudaan menjadi salah satu kriteria bagi kebanyakan pria. sama halnya dengan postingan foto selfi pada akun *Instagram @dd.id*. akun *instagram* foto selfi dari postingan akun *Instagram @dd.id* menampilkan sosok perempuan muda yang cantik dan seksi. dari postingan akun *Instagram @dd.id*. Seorang wanita modis untuk mengekspresikan arti kebebasan yang sebenarnya, mempertahankan pesonanya dalam pose kontemporer, dilengkapi dengan senyuman dan ketulusan. *trend* selfi sekarang sudah sangat sering dilakukan kebanyakan orang sehingga *trend* selfi sudah jadi kebudayaan di era sekarang.

Selain itu berdasarkan hasil penelitian lain yang menunjukkan terdapat banyak foto foto selfi objektifikasi perempuan. dan foto selfi juga dianalisis berdasarkan 3 golongan ialah level kenyataan, level perwakilan dan level gagasan sesuai penjelasan Fiske terkait semiotika. foto yang dianalisis adalah foto seksi perempuan pada akun *Instagram @dd.id* terdapat komentar yang terkesan negative terkait foto selfi yang ada di postingan akun *Instagram @dd.id*. adapun terlihat salah satu komentar yang mengarah negative terdapat pada postingan akun *Instagram @dd.id*



Level Realitas

Level realitas (*reality*) merupakan level dimana unsur-unsur fisik ditampilkan. Dalam penjelasannya Fiske menjelaskan bahwa yang termasuk dalam level realitas adalah aspek-aspek seperti appearance, busana, rias wajah, lingkungan, perangai, ucapan, gerak tubuh, mimik wajah, dan cara bicara (Fiske, 1987 : 3). Dari postingan akun *Instagram @dd.id* terdapat komentar yang mengarah negative. Dalam hal ini terdapat beberapa level realitas yang ditunjukkan antara lain kode lingkungan, kode *ekspresi*, kode *gesture*, kode cara bicara, kode pakaian,

Level Representasi

Level Representasi merupakan level di mana sistem kode atau simbol dirancang. Penelitian ini mencakup bagaimana kode yang berbeda dirancang untuk memenuhi kebutuhan komunitas atau budaya, atau menggunakan aliran koneksi yang didapatkan untuk diseminasi. (Iskandar, 2021: 104). Aspek-aspek yang kemudian di transmisikan melalui saluran komunikasi yang digunakan pada postingan melalui akun *Instagram @dd.id* agar memunculkan objektifikasi diri yang mencerminkan *trend* masa kini dari foto selfi yang disebarluaskan. kode yang ditampilkan adalah objektifikasi yang menunjukkan tubuh perempuan dan bagian privat tubuh perempuan ditampilkan secara jelas. Semua spek yang ditampilkan di dalam kode *representasi* bertujuan untuk mempertegas tindakan objektifikasi yang sudah ditampilkan pada level realitas.

Level Ideologi

objektifikasi diri ditampilkan dalam masing-masing foto dalam postingan *Instagram @dd.id*. tapi nilai-nilai tersebut merupakan hasil dari digunakannya pandangan dan prinsip dari ideologi patriarki sebagai penentu aturan-aturan dalam kehidupan sosial.

Analisis Sintagmatik (Denotasi)

Analisis sintagmatik digunakan untuk menentukan struktur visual teks, seperti adegan dan sinematografi. terlihat pada akun *Instagram @dd.id* yang memosting Sebagian foto selfi berupa foto yang seksi dengan tujuan untuk menjadikan objektifikasi diri pada akunya menjadi

lebih dikenal public. Postingan dari akun *Instagram @dd.id* yang menampilkan bentuk tubuh perempuan secara dominan dari foto selfi yang di posting mengandung unsur yang bersifat negative dan ada komentar yang mengarah negative.

Analisis Paradigmatik (Konotasi)

Kode hermeneutika merupakan identitas yang berkaitan dengan niat pembaca untuk menemukan kebenaran atau menjawab pertanyaan (Sober, 2018:65-66). Kode hermeneutika dianalisis dalam dua bagian, yaitu cerita (informasi) dan tataran teknis (citra). Menurut cerita, terlepas dari topik rahasia yang tampaknya mengarah pada keinginan wanita, pria, wanita lain, dan diri mereka sendiri dapat melakukannya.

SIMPULAN

Aktifitas *selfie* merupakan sesuatu yang sangat populer di kalangan pengguna media sosial. Kepopuleran dari hal selfie ini tidak lain adalah fakta bahwa selfie baru diciptakan oleh masyarakat dan kemudian menjadi tren. Aksi selfie ini digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang tua, dari masyarakat hingga tokoh masyarakat hingga tokoh pemerintahan. Semakin populer nya *trend selfie* ini juga di dukung oleh teknologi yang semakin canggih atau biasa disebut *smartphone* atau webcam kemudian ditampilkan melalui jejaring sosial seperti *Instagram*. dimana *instagram* ialah salah satu platform media sosial paling populer di mana banyak pengguna membagikan foto mereka. Keberadaan media sosial di Instagram di kalangan anak muda menjadi fenomena yang menarik. Dalam hal ini, media sosial merupakan sebuah kotak yang berpotensi melahirkan berbagai jenis komunikasi dan mengkomunikasikan berbagai jenis informasi ke seluruh lapisan masyarakat. ini dapat dilihat dalam media sosial dimana perempuan banyak dijadikan sebagai objek. Objektivitas perempuan dalam postingan pada akun *Instagram @dd.id* ini terjadi; pertama, objektivitas wanita terdapat pada kejelitaan dan penampilan luar/fisik. kedua adalah wanita dalam foto ini cenderung menampilkan kecantikannya dengan pose yang modis dan tubuh yang seksi. ketiga adalah wanita terlihat cantik sesuai dengan *trend* rambut pendek saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hadi, Robith Abdillah dan Hidayat, Nurul. 2006. Komodifikasi Tubuh Perempuan di Instagram (Analisis Wacana Pada Endorser Perempuan di Jember). Jember: Universitas Jember
- Ayu, Kilau Riskaning. 2016. Penuturan-Penuturan Model Perempuan Terhadap Seksualitas Tubuh (Analisis Naratif Terhadap Model Perempuan Dalam Majalah Pria). Semarang: Universitas Diponegoro
- Bhakti, Anisa Kusuma. 2016. Hubungan Harga Diri dengan Kecenderungan Narsistik Pada

Pengguna Instagram Ditinjau dari Jenis Kelamin. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Balraj, B., Besi Camp, S. And Lumpur, K. (2015) 'Understanding Objectification Theory', International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL), 3(11), pp. 70–74. Available at: www.arcjournals.org (Accessed: 6 May 2021).
- Buhmann, A., Hellmueller, L. And Bosshart, L. (2015) 'Popular culture and communication practice', Communication research trends, 34(3), p. 4.
- Calogero, R. (2012) 'Objectification Theory, Self-Objectification, and Body Image', Encyclopedia of Body Image and Human Appearance, 2, pp. 574–580. Doi: 10.1016/B978-0-12-384925-0.00091-2.
- Fiske, J. (1990). Cultural and Communication Studies. New York: Routledge.
- Gabriella. 2018. Libdinal Perempuan Sebagai Pemicu Objektifikasi Perempuan di Media Sosial Instagram. Yogyakarta : Triyaksa.
- Hall, Stuart. (1997). Cultural Identity and Diaspora dalam buku Representation: Cultural Representations and Signifying Practices : Sage Publication Ltd London.
- Herbig&Herrmann, Eds. (2015). Beyond New Media, Discourse and Critique in A Polymediated Age, Lexington Books, London
- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W. (2011). Theories of Human Communication. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mailin, M, Dalimunthe, Maulana A, Zein, A. (2023). *Exploring Intercultural Communication in Indonesia: Cultural Values, Challenges, and Strategies*. Journal of Namibian Studies: History Politics Culture 33, 2804–2816-2804–2816
- Nasrullah, Rulli. (2016) Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Patton, Dominique. 2006. Body Talk: Kekuatan Pesona Wanita. Jakarta: Pesona Pustaka Publisher
- Putri, Anisa Arum. 2017. Objektifikasi Perempuan dalam Majalah Pria Dewasa (Analisis Semiotika Foto pada Majalah For Him Magazine Indonesia). Semarang: Universitas Diponegoro.,
- Senft, Theresa M. Dan Baym, Nancy K. (2015). What Does the Selfie Say, International Journal of Communication 9,
- Sobur, A. (2009). Semiotika Komunikasi. Surabaya: Remaja Rosda Karya.
- Surahman, S. (2018). OBJEKTIVIKASI PEREMPUAN TUA DALAM FOTOGRAFI JURNALISTIK Analisis Semiotika pada Foto-Foto Pameran Jalan Menuju Media Kreatif# 8. Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi, 14(1), 41-53.
- Vihma Susann & Seppo, V. (2009). Semotika Visual dan Semantika Produk. Yogyakarta: Jalasutra. <https://instagram.com/diadona.id?igshid=MzRIODBiNWFIZA==diakses> pada 15 April 2023

<https://instagram.com/lalamarionmj?igshid=MzRIODBiNWFIZA==Diakses> pada 21 juni

2023