

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

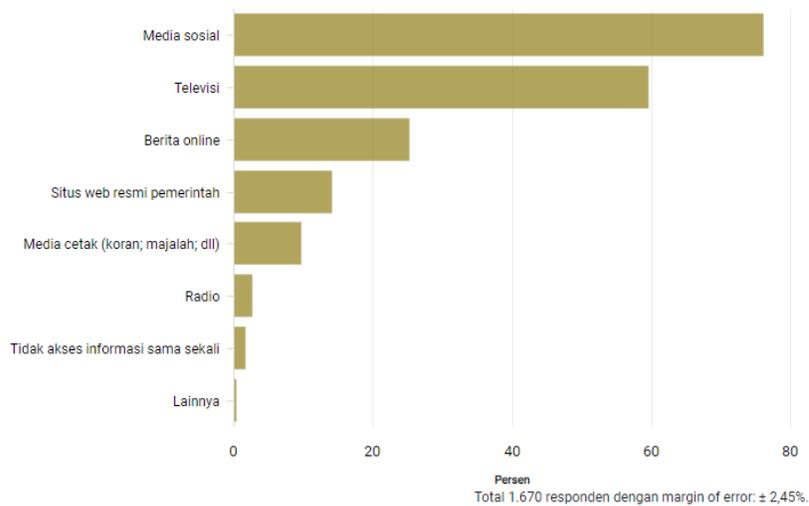
#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Media memiliki peran yang sangat penting dari jaman ke jaman sebagai sumber informasi dan rekreasi bagi masyarakat. Kemajuan teknologi yang berkembang pesat membuat alur penerimaan informasi melalui media saat ini menjadi sangat cepat dan memiliki jangkauan yang lebih luas karena informasi apapun dapat diakses oleh kalangan manapun dan dari manapun.

Berbeda dengan media konvensional, media baru yang aksesnya menggunakan internet saat ini memberikan kebebasan kepada khalayak untuk menyeleksi tontonan seperti apa yang mereka butuhkan untuk dikonsumsi informasinya. Media memiliki karakteristik khusus yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata. Inilah yang disebut sebagai interaksi parasosial (Lievrouw et al., 2014). Dulu arus komunikasi antara khalayak dan media massa konvensional adalah komunikasi satu arah, media baru memberikan penawaran arus komunikasi yang lebih interaktif karena audiens memiliki kesempatan untuk menyampaikan *feed back* dalam satu waktu saat itu juga. Sebagai penyempurna media lama, media baru turut memengaruhi keefektifan tersampainya sebuah pesan. Sebelum adanya perubahan teknologi besar dalam distribusi informasi, media konvensional menjadi satu-satunya yang memiliki kekuatan dalam mengendalikan opini khalayak melalui informasi yang mereka sebar. Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena

menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video, dan teks. Setelah adanya transformasi digital, media massa konvensional sudah tidak lagi menjadi satu-satunya penyedia informasi bagi masyarakat, semua khalayak kini dapat menciptakan media mereka sendiri, membuat konten pada media mereka, bahkan dapat membentuk kelompok *audiens* mereka sendiri. Saat ini siapapun dapat menerima dan menyebarkan informasi serta berinteraksi dalam satu waktu dengan cepat selama koneksi internet tersedia dan memadai.

Komunikasi massa saat ini dapat terjadi melalui media sosial, portal berita online, dan situs web seperti blog. Terdapat survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) mengenai “Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapat Informasi” survei tersebut melibatkan 1.670 responden dari 34 provinsi di Indonesia. Survei tersebut menunjukkan bahwa 76% responden memilih media sosial menjadi media informasi yang paling banyak diakses untuk mendapatkan informasi. Di urutan kedua sebagai sumber informasi yang paling mudah diakses adalah televisi, hal tersebut divalidasi oleh 59,5% responden. Lalu sebanyak 25,2% responden lainnya memilih berita online.



**Gambar 1.1** Grafik Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapatkan Informasi

(Sumber: Databoks, 2020: katadata.id)

Tingginya aktifitas pengaksesan informasi melalui media sosial inilah yang membuat industri media baru menjadi lebih kompetitif ketimbang media konvensional. Terlebih lagi khalayak umum tidak hanya menjadi penerima informasi namun juga dapat menjadi pembuat konten yang dapat menghasilkan keuntungan. Pada media baru para kreator berupaya untuk menarik perhatian khalayak guna mencapai *engagement* yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan melalui iklan atau *endorse* untuk menjamin keberlangsungan hidup media. Sama seperti tontonan di media konvensional, seksualitas selalu berhasil menjadi topik pembicaraan yang paling menarik perhatian khalayak di media baru. Mulai dari lawakan seksis, skenario yang merendahkan salah satu gender. Diskriminasi suatu gender menjadi hal yang lumrah diterima maupun dilakukan oleh masyarakat selama hal itu menghibur mereka. Karena tingginya animo dari masyarakat terhadap konten yang berbau seksualitas ini justru

yang dijadikan sebuah strategi oleh para pemilik maupun pengguna media baru sebagai tema konten untuk memperoleh banyak khalayak.

Menurut (Tahar, 2012), Gender merupakan sifat dan perilaku yang dilekatkan pada laki-laki dan perempuan yang dibentuk secara sosial maupun budaya di dalam masyarakat. Berbeda dengan seks yang diidentifikasi sebagai pembeda antara laki-laki dan perempuan secara anatomi biologis, sedangkan gender berhubungan dengan aspek sosial, budaya, dan aspek-aspek non-biologis.

Diskriminasi gender merupakan tindakan saat seseorang diperlakukan tidak setara atau dirugikan berdasarkan gender mereka yang walaupun bentuk diskriminasinya tidak selalu bersifat seksual. Diskriminasi gender terdiri dari kekerasan berbasis seks, identitas gender atau ekspresi gender. (Fakih, 2008) mengemukakan secara rinci manifestasi ketidakadilan gender, yaitu: marjinalisasi (peminggiran), subordinasi (penomorduaan), stereotipe, kekerasan (violence), dan beban kerja berlebihan. Berdasarkan hal yang dikemukakan Fakih tersebut, marjinalisasi terhadap perempuan. Diskriminasi gender sering kali berakar pada praduga, gagasan masyarakat dan pribadi yang salah tentang apa itu gender, bagaimana gender "seharusnya" terlihat, atau bagaimana gender ditampilkan. Sebagai contoh, banyak orang yang secara tidak akurat percaya bahwa jenis kelamin biologis seseorang selalu menentukan jenis kelamin mereka dan oleh karena itu sikap dan perilaku mereka. Namun, tidak pernah baik untuk bertindak tidak menyenangkan terhadap orang lain berdasarkan jenis kelamin mereka atau apa yang dianggap sebagai jenis kelamin

mereka. Diskriminasi terhadap perempuan yang terjadi di media baru dapat terlihat dari bagaimana perempuan selama ini direpresentasikan sebagai objek seksual di dalam sebuah konten. Diskriminasi alias pembedaan perlakuan adalah tindakan yang tidak adil, entah itu pembedaan warna kulit, ras, maupun gender. Karena semua memiliki Hak Asasi Manusia yang sama. Rhona K.M. Smith (2015) yang merupakan seorang profesor Hak Asasi Manusia Internasional, berpendapat bahwa hak asasi manusia memiliki tiga prinsip, yaitu kesetaraan, non-diskriminasi, dan kewajiban positif setiap negara.

Diskriminasi gender banyak dipengaruhi oleh adanya subordinasi yaitu suatu anggapan bahwa suatu peran yang dilakukan oleh satu jenis kelamin lebih rendah dari yang lain. Seperti pandangan yang umum di masyarakat tentang perbedaan karakter antara perempuan dan laki-laki, perempuan dimasyarakat dianggap sebagai pihak yang lemah, lembut, penurut, dan kodratnya melayani pihak laki-laki. Sedangkan laki-laki dianggap sebagai sosok yang memiliki peran gagah, kuat, maskulin, dan menjadi *provider* bagi pasangan atau keluarganya. Adanya perbedaan karakter yang menjadi budaya di masyarakat ini ternyata melahirkan adanya tindak kekerasan, perempuan yang dipandang lemah dan pihak yang melayani akhirnya rentan menjadi korban kekerasan seksual baik verbal maupun non verbal karena dianggap berkodrat melayani laki-laki dan memiliki sifat yang lemah lembut. Tidak berhenti disitu, pada saat perempuan menjadi korban kekerasan atau pelecehan seksual hal ini akan berujung pada intimidasi dan diskriminasi atas aturan berpakaian bagi para perempuan. Karena

masih banyak di luar sana yang menyalahkan korban kekerasan atau pelecehan seksual atas pakaian yang mereka kenakan. Hasil survei Koalisi Ruang Publik Aman menyatakan sebaliknya, bahwa pakaian tidak menjadi penentu seorang korban mengalami pelecehan seksual. Pada data survei tersebut tercatat korban yang mengenakan rok panjang dan celana panjang menjadi korban pelecehan seksual sebanyak 17,47 persen. Lalu korban yang mengenakan baju lengan panjang sebanyak 15,82 persen, baju seragam sekolah 14,23 persen, berhijab panjang 3,68 persen, dan rok atau celana selutut sebanyak 3,02 persen. Sedangkan korban yang memakai baju atau celana ketat hanya sebanyak 1,89 persen dan bercadar 0,17 persen (Ruangaman.org).

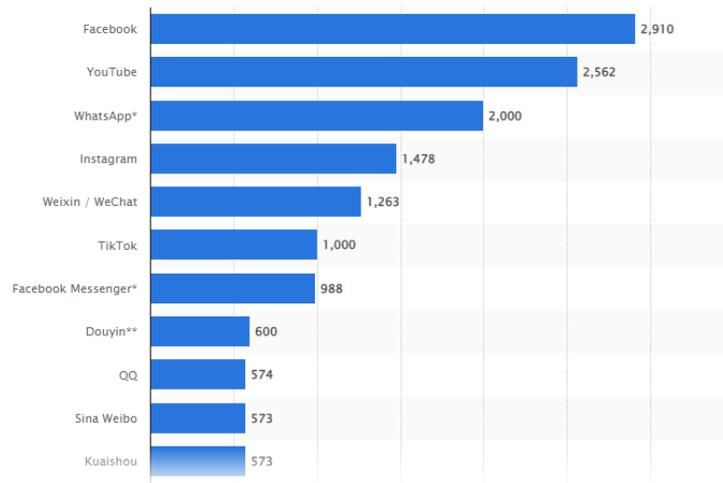
Total jumlah survei ini didapati sebanyak 17 persen wanita berhijab mengalami pelecehan seksual. Pada sepanjang tahun 2021 juga ditemukan banyak kasus pelecehan seksual yang terjadi di lingkungan yang agamis seperti pesantren, sekolah agama, gereja, dan lain sebagainya. Pernyataan bahwa pakaian menjadi penyebab seseorang mengalami kekerasan atau pelecehan seksual dalam bentuk apapun justru menjadi tameng bagi pelaku untuk menyalahkan korban dan melepas tanggung jawab atas tindakannya yang merugikan korban.

Diskriminasi terhadap perempuan (baik secara implisit maupun jelas) yang terus diinternalisasi di masyarakat dapat mengganggu bagi para perempuan untuk beraktifitas dengan leluasa seperti gender seks lainnya di ranah publik. Data WHO menyatakan bahwa perempuan memiliki kecenderungan dua kali lipat terkena depresi.

Sebuah penelitian dari University of Manchester (2016), menunjukkan bahwa kesehatan mental dapat mempengaruhi peningkatan angka kematian. Terdapat penyakit mental yang umumnya berkaitan dengan banyaknya perempuan yang memiliki krisis kepercayaan diri terhadap tubuh mereka yakni gangguan makan seperti bulimia dan anoreksia. Dua gangguan tersebut dialami oleh banyak perempuan karena pola hidup yang tidak sehat karena standar kecantikan di masyarakat tentang perempuan yang cantik dan enak dipandang adalah perempuan yang memiliki tubuh yang langsing, putih, dan lain-lain. Gangguan terhadap kesehatan mental dan terbatasnya kesempatan kaum perempuan untuk berpartisipasi di ranah publik merupakan dampak nyata dari diskriminasi yang kerap kali dilakukan oleh masyarakat umum.

Dalam bukunya Mcquail (2010) menyebutkan “*Mass communication brings about or facilitates the existence of mass audiences, consensus on opinions and beliefs, mass consumer behavior, mass politics and other features of the so-called mass society.*” Dalam pemaparan McQuail tersebut, dapat disimpulkan bahwa media mampu menciptakan adanya audiens atau konsumen dalam jumlah yang besar, serta mampu menyamakan opini dan kepercayaan serta sikap dari penggunanya. Maka dari itu, media memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk suatu kebiasaan atau budaya di masyarakat. Media baru yang memiliki ciri seperti pemaparan McQuail dan telah sedikit-banyak menggeser posisi televisi sebagai sumber informasi favorit masyarakat umum adalah YouTube.

Youtube merupakan *platform* berbasis *web* berbagi video yang memudahkan penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki atau menikmati video yang diunggah oleh pengguna lainnya. Banyak jenis video yang dapat ditemui dalam satu aplikasi ini yaitu video klip musik, film durasi panjang dan pendek, cuplikan film, video edukasi, video blog, video tutorial, dan terdapat Youtube Music yaitu layanan baru Youtube khusus untuk mendengarkan musik secara offline. Keunggulan yang dimiliki Youtube adalah aplikasi tersebut dapat diakses oleh berbagai kalangan umur dan status sosial serta dapat diakses secara praktis dimanapun dan kapanpun. Data Statista 2022 menunjukkan bahwa Youtube merupakan platform terpopuler kedua di dunia setelah Facebook, peringkat tersebut diberikan berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan dan pada bulan Januari Youtube memiliki pengguna aktif sebesar 2,5 juta lebih. Facebook lebih unggul dengan total pengguna aktif di bulan Januari sebesar 2,9 juta lebih, hampir 3 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Berikut data dari Statista yang menyajikan data terkait *Social Media & Generated Content* secara berkala untuk memahami tren internet, sosial media, dan karakteristik pengguna internet setiap tahunnya:



**Gambar 1.2.** Grafik *Most popular networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users*

(Sumber: Statista, 2022 : [statista.com](https://www.statista.com))

Media baru ini banyak digemari masyarakat juga karena pilihan konten yang lebih beragam dari televisi, lebih interaktif karena dapat berbalas komentar secara *real time* di video yang ditonton, serta dapat dinikmati dimana saja melalui telepon genggam.

Salah satu konten hiburan yang sedang populer saat ini adalah konten eksperimen sosial, yaitu konten yang bertujuan untuk melihat reaksi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau situasi. Berdasarkan pengertian literturnya, *Social Experiment* atau eksperimen sosial merupakan proyek penelitian yang dilakukan dengan subyek interaksi antar manusia di dunia nyata (Shadish et al., 2002). Proyek eksperimen seperti ini biasanya menganalisa dampak intervensi kebijakan kepada individu, keluarga, bisnis, tingkat atau kelas, atau unit lain ke perlakuan yang berbeda serta kondisi terkendali yang mewakili status quo secara acak.

Untuk kepentingan suatu instansi, biasanya eksperimen sosial digunakan untuk mengetahui apakah program yang dijalankan berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan instansi di masyarakat.

Karena populernya penggunaan media sosial di masyarakat saat ini, banyak pembuat konten di platform seperti Youtube yang menyatakan bahwa konten mereka adalah sebuah eksperimen sosial. Eksperimen sosial biasanya dilakukan dengan konsep konten yang di atur sedemikian rupa alias berpura-pura. Eksperimen sosial yang banyak ditemui di media sosial adalah eksperimen memberikan sejumlah uang, menanyakan harga *outfit* seseorang, hingga eksperimen berpura-pura menjadi orang miskin. Salah satu kreator Youtube dengan konten eksperimen sosial yang menuai pro dan kontra di pertengahan tahun ini adalah Zavilda TV.

Zavilda TV menyajikan konten eksperimen sosial tentang ajakan kepada orang secara acak untuk mengenakan hijab, eksperimen sosial ini dilakukan di ruang publik yaitu jalanan Malioboro, Jogjakarta. Akun yang bergabung di Youtube sejak 19 Juni 2020 tersebut kini telah memiliki 212 ribu *subscriber* dan konten-konten di akun itu telah ditonton 13 juta kali. Akun Zavilda TV menjadi kontroversi di masyarakat sejak bulan Agustus karena memaksa perempuan untuk mengenakan hijab, termasuk perempuan non-muslim. Konten yang berdalih sebagai *social experiment* untuk kebaikan tersebut justru mendiskriminasi perempuan dalam bentuk objektifikasi, intimidasi, dan mempublikasikan tanpa konsensual talent dengan tujuan komersil.

Sebuah tindakan dalam konten dapat dikategorikan menjadi objektifikasi perempuan apabila konten tersebut mengandung seksualitas yang dengan sengaja dan

sadar menggunakan kemolekan bentuk tubuh perempuan untuk menarik atensi publik, menjadikan perempuan sebagai objek dan komoditas yang dapat memberikan keuntungan bagi media tersebut. Salah satu contoh video Zavilda TV yang menunjukkan tindakan diskriminasi dengan cara mengobjektifikasi perempuan di ruang publik adalah video berjudul “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini”. Video dengan judul tersebut telah ditonton sebanyak 23.351 kali, mendapat 668 like, dan 205 komentar.

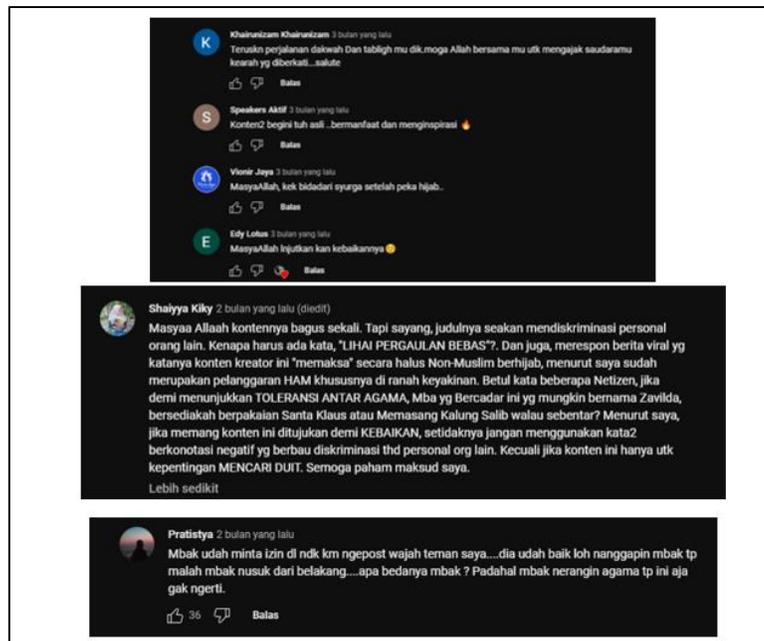


**Gambar 1.3.** Thumbnail dan beberapa scene video “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini”

(Sumber: Video “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini” [https://www.youtube.com/watch?v=zFyhUL\\_U7B4&t=408s](https://www.youtube.com/watch?v=zFyhUL_U7B4&t=408s))

Konten dalam video tersebut diawali dengan Zavilda yang secara tiba-tiba menghampiri perempuan yang sedang duduk di bangku trotoar sekitar malioboro dan melontarkan dua pertanyaan yaitu apakah perempuan tersebut sedang sibuk, saat dijawab sedang sibuk Zavilda justru melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya yaitu menanyakan apa agama perempuan tersebut. Setelah mengetahui bahwa perempuan

tersebut beragama Islam, Zavilda langsung menawarkan ajakan untuk memakai hijab meski perempuan tersebut menunjukkan ketidaknyamanannya dan akhirnya mengiyakan tawaran Zavilda karena terus didesak.



**Gambar 1.4.** Komentar audience mengenai video “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini”

(Sumber: Kolom komentar video “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini” [https://www.youtube.com/watch?v=zFyhUL\\_U7B4&t=408s](https://www.youtube.com/watch?v=zFyhUL_U7B4&t=408s))

Pada kolom komentar video yang berjudul “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini”, Penulis mendapati beberapa komentar yang kontra terhadap aksi Zavilda di dalam video tersebut. Salah satu audiens bernama Aprilia Resdini menuliskan “ya allah jahat bgt itu judul sama thumbnail nya, sesama perempuan malah diintimidasi sama perempuan lain atas dasar agama pulak...”. Selain komentar yang kontra, Penulis juga mendapati komentar yang ditulis

oleh Prasthya yang mengaku sebagai teman perempuan yang ada di dalam video tersebut, dia menyatakan bahwa Zavilda menayangkan video yang berjudul “Cewe S3xy Pergaulan Bebas Menolak Tutup Aurat Seketika Hijrah Karena Ini” tanpa seizin temannya yang ada di dalam video tersebut.

Parapuan yang merupakan media online yang berfokus menyediakan konten informatif dan memberdayakan perempuan, mengeluarkan artikel mengenai Zavilda TV. Dalam artikel tersebut dituliskan bahwa pembuatan konten bukan hanya sekedar untuk kepentingan komersil, namun juga memerlukan konsensual dari *talent* atau pihak yang akan muncul dalam konten (Bening, 2022). Artikel tersebut juga menunjukkan bahwa ada banyak *talent* yang meminta kepada Zavilda TV melalui DM Instagram @perempuanberkisah untuk menurunkan video tersebut dari kanal Youtube Zavilda, namun permintaan tersebut tidak pernah dipedulikan bahkan ditolak. Dengan mengutip postingan akun Instagram @perempuanberkisah dalam artikel tersebut Saras mengajak para pembaca untuk memperhatikan 5 syarat yang memenuhi sebuah *consent* atau persetujuan sebelum mengajak orang lain membuat konten. 5 hal tersebut terdiri dari Freely Given, Reversible, Informed, Enthusiastic, dan Specific.

Bincangmuslimah.com yang merupakan portal berita ke-Islaman yang khusus memberikan ruang bagi perempuan untuk berekspresi juga mengeluarkan artikel mengenai Zavilda TV yang berjudul “Konten Zavilda TV, Tunjukkan Objektifikasi Perempuan Berselimut Agama Masih Ada”. Artikel tersebut menyebutkan bahwa ada beberapa tindakan yang dikritisi dari konten-konten Youtube Zavilda TV, yaitu menghakimi dan mengganggu kenyamanan orang lain karena dapat membuat

perempuan yang di video merasa direndahkan, cemas, dan tidak nyaman. Tindakan memaksa orang lain karena merasa benar juga tidak dibenarkan oleh penulis artikel tersebut karena tindakan tersebut bukanlah tindakan toleransi melainkan sebuah penghakiman (Aisyah, 2022).

Tindakan yang dilakukan oleh Zavilda TV jelas mengasosiasikan perempuan sebagai objek dan memperlihatkan perlakuan diskriminasi terhadap perempuan yang tidak berhijab kepada audiens. Hal itu dapat terlihat dari penggunaan judul konten yang menekankan pada bentuk fisik perempuan dengan pemilihan kata yang seksis dan vulgar seperti sexy, cantik, pergaulan bebas, dan lain sejenisnya. Tak hanya itu, pemilihan gambar pada *thumbnail* atau sampul video juga menunjukkan hal serupa untuk menarik perhatian audiens sehingga banyak yang menonton video tersebut. Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang termasuk kategori diskriminasi terhadap perempuan maka konten-konten yang ada pada Zavilda TV pada akhirnya hanya untuk kepentingan komersil alih-alih berdakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana pemaknaan dan interpretasi terhadap pesan yang ada dalam konten Youtube Zavilda TV tersebut. Menggunakan diskriminasi perempuan sebagai latar belakang dan menggunakan konten Youtube Zavilda TV sebagai objek penelitian. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan model analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos yang ada pada teks, gambar, tanda verbal maupun nonverbal yang menunjukkan

adanya tindakan diskriminasi terhadap perempuan di dalam konten Youtube Zavilda TV.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka diperoleh rumusan masalah: Bagaimana bentuk diskriminasi tubuh perempuan dalam konten akun Youtube Zavilda TV dengan analisis semiotika Roland Barthes ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apa saja bentuk diskriminasi perempuan dalam konten akun Youtube Zavilda TV.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan mengenai teori yang berkaitan dengan studi Ilmu Komunikasi, yakni mengenai *new media*, hubungan media dan gender serta analisis semiotika, paling utamanya mengenai diskriminasi perempuan dalam media baru yaitu Youtube.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi Penulis dalam menemukan solusi yang berkaitan dengan pemecahan masalah yang berada pada ranah Ilmu Komunikasi, khususnya pada hubungan media dan gender, yaitu diskriminasi perempuan dalam media baru melalui analisis semiotika.

b. Penelitian yang diteliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dengan topik permasalahan yang sama, serta dapat menjadi pembandingan dan referensi sesuai dengan ranah penelitiannya yaitu Ilmu Komunikasi khususnya media dan gender serta analisis semiotika.

