

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi telah mempermudah manusia dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam melakukan komunikasi sehari-hari. Di era globalisasi ini, masyarakat dapat membuat, menerima, dan membagikan pesan dengan sangat cepat dan mudah karena media digital dapat diakses oleh hampir semua kalangan. Ketika mengakses media digital, banyak dari masyarakat di Indonesia yang menyukai *platform* video pendek. Menurut data dari *We Are Social: Indonesian Digital Report (2022)*, penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 170 juta dengan 99,1% penikmat konten video pendek seperti TikTok, Reels, Snack Video, Likee, dan *YouTube Shorts* (Rozaq & Nugrahani, 2023). Data tersebut menyebutkan bahwa Indonesia juga menempati peringkat kedua terbesar dalam penggunaan platform berbasis video pendek setelah Amerika Serikat. Sehingga, platform video pendek menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Konten video pendek dianggap ringkas, menarik, hemat biaya, dan dapat mengatasi tantangan masyarakat yang membutuhkan informasi dengan durasi singkat (IDN Times dalam Nathania et al., 2024). Peminat video pendek mulai meningkat sejak pandemi Covid-19 yang mana pada saat itu masyarakat dibatasi dalam berinteraksi secara langsung oleh anjuran-anjuran yang ada dan membuat perkembangan media digital menjadi lebih pesat untuk membantu segala aktivitas manusia yang terbatas (Turnip & Siahaan, 2021), termasuk hiburan.

Platform video pendek menawarkan solusi dalam mengisi waktu luang dengan hiburan yang cepat dan mudah untuk diakses. Video-video dalam aplikasi video pendek memiliki berbagai konten yang beragam dan menarik, serta memungkinkan para pengguna untuk dapat berinteraksi satu sama lain. Pengguna dapat terlibat lebih dalam dan menikmati pengalaman menonton yang lebih dinamis, sehingga video pendek menjadi sarana yang efektif dalam memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat khususnya bagi masyarakat (Shao et al. dalam Rusman et al., 2024).



**Gambar 1. 1 Logo *YouTube Shorts***

*YouTube Shorts* pertama kali hadir di Indonesia pada bulan Juli 2021 dengan menghadirkan fitur berbagi video dengan durasi pendek, yaitu dari 15-60 detik (Muarabagja, 2024). Platform *YouTube Shorts* menjadi upaya yang dilakukan oleh YouTube agar dapat bersaing dengan TikTok yang semakin populer pada saat itu. Fitur-fitur dalam *YouTube Shorts* telah dirancang untuk menyederhanakan pembuatan, penyuntingan, dan penayangan video sekaligus memastikan video-video yang dihasilkan mudah dicerna serta terjangkau oleh khalayak. Beberapa fitur pada *YouTube Shorts* adalah fitur menambahkan musik dan filter, serta memungkinkan kreator dalam menjangkau audiens yang lebih luas untuk meningkatkan keterlibatan dengan konten yang lebih mudah untuk diakses (Aferta, 2024).

Banyaknya konten video pendek yang menarik mendorong pengguna untuk terlibat lebih dalam dengan memberikan suka, komentar, dan membagikan konten tersebut. Melalui interaksi antara pengguna dengan konten video pendek akan membentuk sebuah algoritma di *YouTube Shorts*. Algoritma *YouTube Shorts* dapat secara cermat mengatur atau menentukan konten yang akan ditampilkan di beranda pengguna dengan mempertimbangkan berbagai elemen personalisasi. Pada platform *YouTube Shorts*, algoritma dapat terbentuk melalui beberapa faktor, yaitu kanal yang diikuti, usia pengguna, pengaturan konten sensitif, riwayat tontonan awal, video yang sering diakses, serta tingkat interaksi seperti suka dan komentar (Rizkiyah et al., 2025).

Konten video pendek di *YouTube Shorts* dapat viral dengan lebih mudah karena didukung oleh algoritma yang tercipta untuk menyesuaikan dengan minat audiens. Pada platform *YouTube Shorts*, sebuah video bisa mendapatkan *engagements* yang tinggi jika video tersebut mampu mempertahankan penontonnya sepanjang durasi, sehingga video dengan waktu tonton (*watch time*) penuh memiliki peluang lebih besar untuk meraih *engagement* yang signifikan. Demi mencapai durasi waktu tonton yang optimal, kreator konten dituntut menciptakan konten yang membangkitkan rasa ingin tahu sehingga audiens terdorong menonton hingga akhir. Biasanya, kreator konten di Indonesia menggunakan judul atau *Thumbnail* yang *clickbait* sehingga penonton akan merasa penasaran dengan video tersebut. *Clickbait* atau umpan klik adalah sebuah strategi untuk menarik klik dengan menggunakan judul atau visual yang sensasional meskipun sering tidak relevan dengan isi konten (Krismayanty, 2025).

Salah satu konten hiburan dengan banyak peminat adalah video potongan *scene anime*. Potongan *scene* dari sebuah tayangan atau *highlight* memiliki tema yang sangat beragam, seperti kompilasi adegan lucu dalam *anime* dengan tujuan hiburan. Memotong *scene* dan mengunggahnya kembali menjadi sebuah fenomena yang biasa dilakukan oleh penggemar dalam komunitas *live streaming* atau yang biasa disebut sebagai *clipping video*. Biasanya *clipping video* dilakukan pada bagian *live streaming* yang seru atau isi utama *streaming* akan dipotong dan diunggah kembali di media sosial dengan tujuan untuk menyediakan klip atau potongan konten (Rabbani & Wati, 2024). *Clipping video* tidak hanya dilakukan oleh penggemar dalam komunitas *live streaming*, tetapi juga pada penggemar lainnya seperti penggemar film, series, dan *anime*. *Clipping scene anime* menjadi hal yang banyak diminati oleh penggemar *anime* di Indonesia dan menciptakan dinamika baru dalam mengonsumsi konten animasi.

Fenomena memotong dan menyebarkan kembali konten *highlight anime* memang berhasil menjadi sebuah alat baru untuk mempromosikan sebuah *anime*, namun di sisi lain, konten *highlight* tersebut juga turut berkontribusi dalam mengonstruksi persepsi penonton dengan membangun realitas yang terpotong dan tidak utuh. Persepsi penonton yang terbentuk dari realitas yang terpotong ini berpotensi menimbulkan pemahaman yang keliru terhadap alur cerita, karakter, maupun pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah *anime* itu sendiri. Penonton dapat menafsirkan karakter atau konflik secara dangkal karena informasi yang diterima tidak mencerminkan keseluruhan narasi.

Dalam jangka panjang, konten yang dipotong dan diunggah kembali dengan narasi baru dapat memengaruhi cara audiens menilai suatu karya, termasuk kecenderungan untuk mereduksi makna cerita menjadi sekedar adegan sensasional yang menonjol secara visual dan mengabaikan konteks lain seperti nilai yang lebih kompleks, emosional, dan sosial. Ketika sebuah konten diunggah dengan tujuan mengejar *engagements* semata, kreator konten bisa memiliki kecenderungan dalam memproduksi sebuah konten hanya untuk mencari sensasi, menjatuhkan, dan merugikan pihak lain. Pada awalnya, banyak orang yang ingin menjadi viral dan terkenal dengan waktu yang singkat melalui konten yang mereka bagikan di media sosial dengan mengorbankan kedalaman atau nilai informasi. Akibatnya, banyak konten yang sering mengedepankan konflik dan sensasi tanpa bertanggung jawab atas dampak yang dapat memperkuat stereotip dan prasangka buruk (Priatna, 2023).

Penyalahgunaan media digital dapat menjadikan media digital sebagai ruang baru dalam persebaran budaya yang tidak terkendali. Terutama jika kondisi tersebut mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap kelompok rentan, seperti perempuan. Bahkan di media digital, perempuan masih merasa kesulitan untuk menemukan ruang aman mereka karena tingkat kekerasan yang terjadi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial (Julian & Asmawati, 2024). Representasi perempuan dalam media seringkali menitikberatkan pada aspek visual saja dan makna yang terkandung di dalamnya menjadi terabaikan. Ketika kondisi tersebut sering diperlihatkan dan diulang secara terus-menerus, ketimpangan gender antara perempuan dan laki-laki akan semakin menguat yang berpotensi memperparah penindasan berbasis gender. Eksistensi perempuan dalam

media juga masih belum terwakilkan secara proporsional, baik pada media hiburan maupun industri pemberitaan (Wolf dalam Kania & Hamdani, 2023).

Dalam proses industrialisasi, termasuk dalam ranah industri media sosial, perempuan memainkan peran yang signifikan (Pujiati & Hayati, 2023). Banyak pihak tidak bertanggung jawab menjadikan perempuan hanya sebagai objek seksual demi mengejar kepentingan industri “yang menjual”. Selain itu, perempuan sering ditampilkan sebagai makhluk yang lemah lembut dan penurut yang memperkuat stigma perempuan untuk selalu menerima kondisi apapun. Melalui pengulangan representasi perempuan dalam media yang demi memuaskan hasrat laki-laki, banyak masyarakat yang memandang perempuan hanya sebagai objek dan tidak menganggap perempuan sebagai manusia seutuhnya yang memiliki perasaan. Akibatnya, hal tersebut menyebabkan masyarakat menjadi lebih berani untuk menindas perempuan, bahkan melakukan kekerasan seksual terhadap perempuan.

Kekerasan seksual menurut World Health Organization (WHO) merupakan segala bentuk tindakan dengan tujuan untuk memperoleh aktivitas seksual tanpa adanya persetujuan dari kedua belah pihak dan tidak memandang hubungan antara pelaku dan korban (Deviana et al., 2025). Kekerasan seksual menurut Komnas Perempuan dalam Saimima et al., (2022), merupakan segala bentuk tindakan yang merendahkan atau menyerang tubuh dan seksualitas seseorang melalui pemaksaan atau tanpa persetujuan. Tindakan tersebut dilakukan melalui pemaksaan atau tanpa persetujuan individu, serta dalam kondisi ketika korban tidak memiliki kebebasan untuk memberikan persetujuan akibat ketimpangan relasi kuasa dan gender.

Bentuk-bentuk dari kekerasan seksual dapat berupa pelecehan, pemerkosaan, atau penyalahgunaan seksual lainnya (Putri et al., 2024).

Menurut National Sexual Violence Resource Center dalam Soehardiman et al., 2024, korban kekerasan seksual dapat mengalami berbagai dampak negatif yang terbagi ke dalam tiga aspek, yaitu psikologis, fisiologis, dan emosional. Secara psikologis, dampak yang muncul meliputi depresi, kecemasan, gejala obsesif-kompulsif, *post-traumatic stress disorder* (PTSD), serta rendahnya harga diri. Dari sisi fisiologis, korban dapat mengalami gangguan tidur dan pola makan, luka fisik, risiko tertular penyakit menular seksual, hingga kehamilan yang tidak diinginkan. Sementara itu, secara emosional, korban kerap merasakan rasa malu, kecenderungan menyalahkan diri sendiri, perasaan bersalah, serta penyangkalan terhadap peristiwa yang dialami. Dalam kondisi trauma yang berat, korban juga berpotensi memiliki dorongan untuk melakukan bunuh diri (Fuadi dalam Ramadhani dan Nurwati, 2023).

Kekerasan seksual terhadap perempuan menjadi bentuk kekerasan yang paling banyak terjadi di Indonesia. Berdasarkan lembar fakta Catatan Tahunan Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (CATAHU Komnas Perempuan) tahun 2025, tercatat sebanyak 376.529 kasus Kekerasan Berbasis Gender terhadap Perempuan (KBGtP) sepanjang tahun 2025. Data KBGtP pada tahun 2025 diperoleh dari berbagai sumber, yaitu melalui pengaduan ke Komnas Perempuan, laporan lembaga mitra dan kementerian/lembaga, data penuntutan Kejaksaan Agung, data putusan pengadilan dari Badan Peradilan Agama

(BADILAG), serta data Badan Peradilan Militer dan Tata Usaha Negara (Badimiltun).

Jumlah laporan kasus KBGtP yang diterima oleh Komnas Perempuan pada tahun 2025 sendiri mengalami peningkatan sebesar 10%, dengan total mencapai 4.597 kasus. Berdasarkan data Komnas Perempuan dan laporan kasus yang diterima, bentuk kekerasan yang paling banyak terjadi adalah kekerasan seksual dengan 22.848 kasus, diikuti kekerasan psikis sebanyak 15.727 kasus, kekerasan fisik 14.126 kasus, dan kekerasan ekonomi 5.942 kasus. Pada tahun 2025, kekerasan yang terjadi di ranah publik menunjukkan bahwa Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) masih menjadi bentuk yang paling dominan. Hal ini sejalan dengan Catatan Tahunan (CATAHU) 2025 yang mencatat sebanyak 1.091 kasus KBGO. Kekerasan Seksual Berbasis Elektronik (KSBE) menjadi bentuk yang paling dominan dalam kategori kekerasan di ranah publik, yang mencerminkan peningkatan kasus kekerasan berbasis digital seiring dengan semakin tingginya penggunaan teknologi dan media sosial (Komnas Perempuan, 2025).

Melalui CATAHU 2025, Komnas Perempuan juga menegaskan bahwa kekerasan terhadap perempuan bukanlah peristiwa individual, melainkan persoalan struktural yang berakar pada ketimpangan relasi kuasa berbasis gender. Pada dasarnya, kekerasan seksual dapat terjadi akibat ketimpangan kekuasaan dan/atau gender yang dapat menyebabkan penderitaan baik secara mental maupun fisik, mengganggu kesehatan reproduksi, dan menghambat kesempatan seseorang untuk menjalani pendidikan secara aman dan optimal. Ketimpangan relasi kuasa dan/atau gender merujuk pada situasi ketika pelaku memanfaatkan sumber daya,

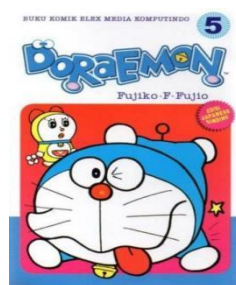
pengetahuan, status sosial, atau penerimaan masyarakat untuk mengontrol korban (Sari dalam Deviana et al., 2025). Komnas Perempuan juga menegaskan bahwa laporan kekerasan seksual sama seperti fenomena gunung es, artinya hanya sebagian kecil yang tampak dan tercatat karena terdapat banyak faktor yang membuat korban kekerasan merasa enggan melaporkan kepada pihak berwenang.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada beberapa faktor penyebab kekerasan berbasis gender terutama di dalam rumah tangga yaitu rendahnya kesadaran hukum, masih kuatnya budaya patriarki, dan kondisi ekonomi yang rendah atau kemiskinan (Sutiawati & Mappaselleng dalam Sulaeman et al., 2022). Kekuasaan patriarki menjadi penyebab utama dalam banyaknya kekerasan terhadap perempuan. Dalam hierarki kekuasaan dalam masyarakat yang dipimpin oleh laki-laki, perempuan diposisikan sebagai seseorang dengan status yang lebih rendah daripada laki-laki. Laki-laki memiliki 'hak istimewa' yang menjadi peluang bagi laki-laki agar terlihat lebih dominan, sementara perempuan hanya bisa untuk menerima, mengikuti, dan tidak memiliki kemampuan untuk memimpin maupun memberikan pendapat sendiri. Normalisasi tindakan laki-laki terhadap perempuan dalam budaya tertentu menunjukkan adanya sikap permisif masyarakat terhadap kekerasan, khususnya dalam bentuk kekerasan fisik. Dalam konteks konflik rumah tangga, kekerasan yang dilakukan suami terhadap istri masih kerap dianggap sebagai masalah pribadi (Marupahit dalam Putri et al, 2024).

Kekerasan seksual terhadap perempuan tidak hanya ditujukan untuk perempuan di dunia nyata, perempuan fiksi seperti dalam *anime*, *game*, atau kartun juga bisa menjadi sasaran seksualisasi. Seperti pada penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Zayda Clarissia dan Widagdo (2024), yang membahas tentang bagaimana karakter perempuan dalam *anime The Seven Deadly Sins: Prisoners of The Sky* menjadi objek seksual dengan tujuan utama sebagai tontonan yang erotis melalui lensa laki-laki dengan melakukan penilaian atas bentuk tubuh perempuan, fokus kamera terhadap bagian tubuh perempuan, serta melontarkan pernyataan seksual yang kurang pantas terhadap perempuan.

Sebagaimana media pada umumnya, *anime* dapat berfungsi sebagai sarana dalam menyampaikan pesan sosial, budaya, bahkan politik (Sastriawati & Pribadi, 2025). *Anime* secara bahasa merupakan sebuah sebutan oleh orang Jepang untuk animasi yang merupakan singkatan dari *animeshon* atau animasi, dan animasi yang dimaksud terbuat oleh tangan manual maupun teknologi seperti komputer. Terdapat banyak sekali *anime* yang diproduksi oleh studio Jepang yang mendunia, seperti One Piece, Naruto, Bleach, Dragon Ball, Pokémon, dan Doraemon. Doraemon merupakan *manga* karya Fujiko F. Fujio yang diadaptasi menjadi *anime* yang beredar dan berkembang di Jepang sejak tahun 1973 dan menjadi salah satu *anime* yang disiarkan di stasiun televisi Indonesia, yaitu RCTI sejak 9 Desember 1990 hingga 6 Januari 2026. Doraemon menjadi salah satu *anime* yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya bagi generasi Milenial dan generasi Z.



**Gambar 1. 2 Sampul Buku Manga Doraemon**

*Anime* Doraemon menceritakan tentang seorang anak laki-laki pemalas berusia 10 tahun bernama Nobita Nobi dan kehidupannya yang selalu dibantu oleh Doraemon. Doraemon adalah nama karakter dari robot kucing berwarna biru yang berasal dari masa depan, yaitu abad ke-22. Doraemon memiliki berbagai macam alat-alat ajaib yang tersimpan pada Kantong Empat Dimensi pada bagian perutnya.



**Gambar 1. 3 Para Tokoh dalam Anime Doraemon**

Dalam *anime* Doraemon, terdapat beberapa tokoh yaitu Nobita Nobi dan Doraemon sebagai tokoh utama, kemudian Shizuka Minamoto, Takeshi Gouda (*Giant*), Suneo Honekawa, dan Dekisugi Hidetoshi sebagai tokoh pendukung. Di antara tokoh-tokoh tersebut, Shizuka digambarkan sebagai menjadi representasi karakter perempuan yang ideal seperti pintar, baik hati, dan berpenampilan menarik. Representasi ini menjadikan Shizuka sebagai figur perempuan ideal yang sering dikaitkan dengan standar kecantikan dan berpotensi menjadi objek idealisasi dalam pandangan penonton.

Selama tayang di stasiun televisi RCTI, *anime* Doraemon masuk ke dalam kategori “hati-hati” menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Rosada Fitriandum dan Wiwid (2018). Tayangan dengan kategori hati-hati memiliki muatan yang seimbang antara positif dan negatif. Tayangan yang termasuk dalam kategori hati-

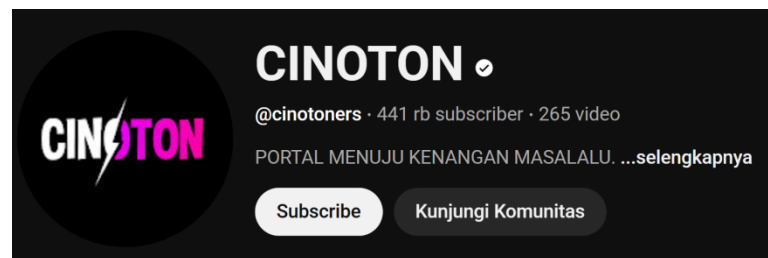
hati memiliki nilai hiburan serta pendidikan dengan nilai-nilai yang positif, akan tetapi juga memiliki muatan negatif seperti bahasa kasar, kekerasan, seks, dan mistis sekalipun hanya sedikit. Dalam mencegah dan mengurangi muatan negatif pada *anime* Doraemon, KPI telah melakukan pemotongan adegan yang dianggap negatif untuk ditayangkan di televisi. Namun, konten-konten dengan muatan negatif yang beredar di media sosial seperti *YouTube Shorts* dapat mengalahkan upaya yang telah dilakukan oleh KPI. Salah satunya adalah konten *clipping* yang memuat unsur seksualisasi terhadap Shizuka Minamoto di *YouTube Shorts*.



**Gambar 1. 4 Tokoh Shizuka Minamoto dari anime Doraemon**

Penelitian ini menganalisis bagaimana seksualisasi terhadap tokoh Shizuka Minamoto dikonstruksi di kanal *YouTube Shorts* “*CINOTON*”. Kanal YouTube dengan nama pengguna @cinotoners seringkali melakukan praktik seksualisasi pada tokoh Shizuka Minamoto dari *anime* Doraemon. *CINOTON* merupakan nama kanal YouTube dengan centang biru, yang menandakan otentisitas dan kredibilitas sebagai pemilik kanal YouTube (Aditya & Deni, 2024). Kanal YouTube dengan 479 ribu pengikut ini seringkali mengunggah konten yang memperlihatkan

seksualisasi terhadap karakter perempuan dalam *anime* Doraemon. Dalam kontennya, Shizuka Minamoto menjadi karakter yang paling sering dijadikan sasaran seksualisasi dengan menyorot bagian tubuh tertentu dan menggunakan kata-kata yang merendahkan martabat Shizuka sebagai seorang perempuan. Fenomena tersebut mencerminkan terjadinya pergeseran makna oleh *CINOTON*, yakni ketika karakter Shizuka yang pada konteks aslinya ditujukan untuk audiens anak-anak dan tidak memiliki muatan seksual, justru dikonstruksi sebagai objek seksualisasi.



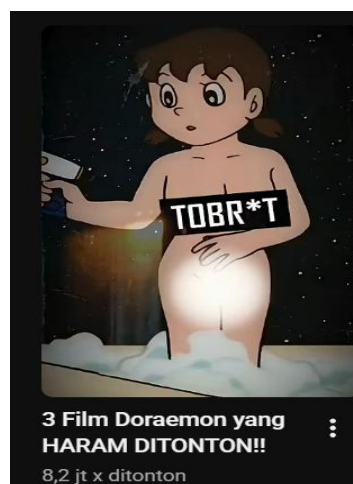
**Gambar 1. 5 Tampilan Halaman Profil Kanal YouTube CINOTON yang Menunjukkan Jumlah Pelanggan, Jumlah Video, serta Deskripsi Singkat Kanal**

Seksualisasi merupakan pemberian karakteristik seksual terhadap seseorang atau objek yang sering terwujud dalam bentuk objektifikasi seksual terhadap perempuan yang dilakukan oleh laki-laki, meskipun juga dapat terjadi sebaliknya. American Psychological Association (APA) menyoroti bahwa seksualisasi adalah menganggap individu sebagai daya tarik seksual, mengobjektifikasi mereka, dan menerapkan konteks seksual secara tidak tepat, khususnya terhadap anak-anak. Dampak yang dirasakan dari seksualisasi terhadap perempuan adalah kecemasan, depresi, ketidakpuasan terhadap tubuh, dan gangguan makan (Ruth, 2025).

Media dan kehidupan nyata memiliki hubungan yang erat, karena terdapat pengaruh yang besar mengenai bagaimana media menggambarkan perempuan dan

bagaimana nantinya masyarakat akan memperlakukan dan memandang perempuan dalam kehidupan nyata (Clarissia & Widagdo, 2024). Media hiburan termasuk film, televisi, dan iklan cenderung menampilkan perempuan dalam peran yang pasif, pendukung, dan sebagai objek yang hanya dinilai dari segi penampilan fisik semata. Media yang secara terus-menerus menampilkan perempuan sebagai makhluk “pendukung” dapat memperkuat konstruksi sosial patriarki yang membatasi perempuan dalam ruang lingkup tertentu, serta menghambat persepsi kesetaraan gender di masyarakat.

Seksualisasi terhadap perempuan pada konten *YouTube Shorts CINOTON* dapat dilihat melalui gambar, teks di video, *highlight* video, *caption* video, serta *Thumbnail* video. Salah satu konten *YouTube Shorts CINOTON* dengan jumlah penonton paling banyak berjudul “3 Film Doraemon yang HARAM DITONTON!!” dengan 8,2 juta penonton, 221 ribu suka, dan 1.706 komentar. Video ini memiliki *engagements* yang tinggi dan menjadi video terpopuler pada kanal *CINOTON*.



Gambar 1. 6 Contoh Konten pada *YouTube Shorts CINOTON*

Pada konten tersebut, kreator menggunakan *Thumbnail* yang memperlihatkan Shizuka tidak mengenakan pakaian sama sekali dan pada bagian dada Shizuka disamarkan dengan tulisan “TOBR\*T (toket brutal atau istilah yang mendeskripsikan bagian tubuh dada perempuan secara berlebihan). Dalam video berisi tentang kreator konten yang menjelaskan tentang 3 film Doraemon yang haram atau tidak boleh untuk ditonton bersama keluarga. *CINOTON* menjelaskan alasan mengapa tiga film Doraemon tersebut haram untuk ditonton, yaitu karena terdapat *scene* yang memperlihatkan Shizuka tanpa busana. Salah satunya yaitu film Doraemon yang berjudul “Nobita dan Kereta Api Galaksi” ketika Nobita dan teman-temannya berpetualang ke luar angkasa dengan sebuah kereta. Tetapi pada konten tersebut justru menyorot Shizuka yang sedang tidak mengenakan pakaian saat sedang mandi.

Pada konten tersebut, banyak warganet yang mengekspresikan opininya melalui kolom komentar. Kebanyakan dari warganet merasa senang dan suka dengan konten tersebut karena menyorot adegan perempuan tanpa busana. Beberapa warganet juga menyampaikan komentar bahwa konten video tersebut menimbulkan rasa penasaran akan kelanjutan adegan tersebut. Rasa penasaran yang besar mendorong audiens untuk mencari dan menonton tiga film Doraemon yang dimaksud dengan motivasi menyaksikan adegan Shizuka tanpa busana. Komentar-komentar warganet yang cenderung menyukai konten Shizuka tanpa busana semakin memperkuat dan mewajarkan seksualisasi terhadap perempuan.

Konten bermuatan seksualisasi terhadap perempuan tidak ditujukan kepada tokoh Shizuka saja, tetapi tokoh lain seperti Ibu Nobita atau perempuan lainnya

pada *movie* Doraemon juga menjadi sasaran seksualisasi dari CINOTON. Namun pada penelitian ini, peneliti berfokus mengenai seksualisasi terhadap tokoh Shizuka karena ia merupakan tokoh perempuan paling populer dan tokoh pendukung inti, sehingga Shizuka sering muncul dalam serial *anime* Doraemon. Hal tersebut berbeda dengan karakter perempuan lain yang hanya muncul dalam beberapa episode tertentu atau bahkan hanya muncul satu kali, seperti pada film layar lebarnya saja. Pada kanal *YouTube* CINOTON, Shizuka juga menjadi sasaran utama dalam konten seksualisasi yang diproduksi oleh CINOTON dan jika dibandingkan dengan karakter perempuan lainnya, CINOTON paling sering melakukan seksualisasi terhadap tokoh Shizuka.

Konten seksualisasi yang dibagikan di media digital tidak hanya berdampak kepada penggemar *anime*, tetapi dampak dari mewajarkan seksualisasi akan dirasakan secara langsung oleh perempuan. Ketika seksualisasi diwajarkan pada media, maka hal tersebut juga akan mempengaruhi terhadap persepsi masyarakat tentang perempuan. Masyarakat bisa merepresentasikan tayangan dengan muatan seksualisasi sebagai suatu hal yang wajar dan mempengaruhi cara mereka dalam memperlakukan perempuan. Dengan demikian, sebuah tayangan dapat memperkuat konstruksi patriarki yang membatasi perempuan dalam ruang lingkup tertentu, serta menghambat persepsi kesetaraan gender di masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana seksualisasi tokoh Shizuka Minamoto dikonstruksi dalam konten *YouTube Shorts* CINOTON?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kanal *YouTube Shorts CINOTON* mewacanakan seksualisasi terhadap tokoh Shizuka Minamoto dalam *anime* Doraemon.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yaitu memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi digital serta kajian komunikasi gender. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana digital, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam memahami bagaimana media sosial *YouTube Shorts* memiliki unsur atau ideologi yang lebih kompleks dan bukan hanya sekedar hiburan semata. Kajian ini juga membantu memahami bagaimana cara pandang seseorang terhadap perempuan dapat terbentuk melalui representasi media.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu memberikan wawasan bagi pengguna media sosial untuk lebih kritis dalam menerima informasi termasuk dalam bentuk hiburan sekalipun. Penelitian ini juga dapat menjadi wawasan bagi para orang tua untuk selalu waspada dan melakukan pengawasan ketika anak-anak menggunakan media sosial.