

# COMMUNICATIONS

## **Visual Pleasure New Media (Analisis Semiotika Male Gaze dalam Akun Tiktok @goodponselangers)**

Amanda Amalia Faustine Gittawati

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
[Amanda.amalia@isi.ac.id](mailto:Amanda.amalia@isi.ac.id)

### **ARTICLE INFO**

Received on 16 December 2022

Received in revised from 22 July 2023

Accepted 24 July 2023

Published on 26 July 2023

**Keywords:** Visual Pleasure; Male Gaze; Tiktok; Perempuan; Semiotika; Roland Barthes

**How to cite this article:** Gittawati, A. A. F. (2023). Visual Pleasure New Media (Analisis Semiotika Male Gaze pada Akun Tiktok @Goodponselangers). *Communications* 5(2), 443-467

### **ABSTRACT**

Visual Pleasure is not only found in conventional media. However, it is also available in New Media such as Tiktok which is now popular for many people. The popularity of Tiktok has become a very profitable promotional alternative for many businesspeople. Promotion is carried out with various efforts to increase the number of followers and likes. One of the efforts made is to bring visual enjoyment of women's bodies to Tiktok users. This study aims to determine the form of Male Gaze displayed in a series of content presented by the owner of the Tiktok @Goodponselangers account which is a special account for the promotion team of the Tiktok @Goodponsels account. The @Goodponselangers account is presented by specializing in promotional content that also focuses on the popularity of the promotion team from Good Ponsel called Good Ponsel Angels. The method used in

*this research is descriptive qualitative data analysis using Roland Barthes semiotic analysis which examines three signs. Denotative, connotative, and mythical meanings formed by the @Goodponselangel account and uses Laura Mulvey's Male Gaze theory. The results showed denotative signs produced by the @Goodponselangers tiktok account in the form of movement, clothing selection, and audio as signs. Taking pictures that focus on showing sensual facial expressions displayed while swaying in content following popular audio, contains connotative meanings that are closely related to Male Gaze and make the woman a sensual passive object that attracts and gives visual satisfaction to the audience, as well as the myth that women with sensuality shown are always more attractive, easy to get attention, and of course bring profit. Without realizing it, this becomes an excuse and a natural thing as a form of freedom of expression, which is a form of discrimination against women.*

### **ABSTRAK**

Visual Pleasure tidak hanya terdapat pada media konvensional saja. Melainkan, juga terdapat dalam New Media seperti Tiktok yang kini sedang populer bagi banyak orang. Kepopuleran Tiktok menjadi sebuah alternatif promosi yang sangat menguntungkan bagi banyak pelaku usaha. Promosi dilakukan dengan berbagai upaya untuk menaikkan jumlah Followers dan juga Likes. Salah satu upaya yang dilakukan

adalah dengan menghadirkan kenikmatan visual tubuh perempuan bagi pengguna Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk Male Gaze yang ditampilkan dalam serangkaian konten yang dihadirkan oleh pemilik akun Tiktok @Goodponselangels yang merupakan akun khusus tim promosi dari akun Tiktok @Goodponsels. Akun @Goodponselangels dihadirkan dengan mengkhususkan konten-konten promosi yang juga fokus terhadap popularitas tim promosi dari Good Ponsel yang dinamakan Good Ponsel Angels. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang mengkaji tiga peta tanda yakni makna denotatif, konotatif dan mitos yang dibentuk oleh akun @Goodponselangel dan menggunakan teori Male Gaze oleh Laura Mulvey. Hasil penelitian menunjukkan tanda denotatif yang dihasilkan oleh akun tiktok @Goodponselangels berupa gerakan, pemilihan busana, dan audio sebagai petanda. Pengambilan gambar yang fokus memperlihatkan ekspresi wajah sensual ditampilkan saat bergoyang dalam konten mengikuti audio yang sedang populer, mengandung makna konotatif yang berkaitan erat dengan Male Gaze dan

menjadikan perempuan tersebut merupakan objek pasif sensual yang menarik dan memberi kepuasan visual penonton, serta mitos yang dipercayai bahwa perempuan dengan sensualitas yang diperlihatkan, selalu lebih menarik, mudah untuk mendapatkan perhatian, serta tentunya membawa keuntungan. Tanpa disadari, hal ini menjadi pemakluman dan hal wajar sebagai bentuk kebebasan berekspresi, yang sebenarnya tanpa disadari bahwa hal tersebut juga merupakan bentuk diskriminasi perempuan.

## INTRODUCTION

Media baru hadir dan mampu menjadi primadona di kehidupan sosial masyarakat sebagai bentuk dari kecanggihan sebuah teknologi. Media baru menjadi saluran komunikasi yang baru yang membawa kemudahan bagi penggunaannya. Media baru merujuk kepada beragam media sosial yang juga turut hadir mewarnai keragaman sarana komunikasi kita saat ini. Menurut Boyd and Ellison dalam Wolf (2018:4), media sosial dipahami oleh banyak orang sebagai sebuah situs web yang menjadikan seseorang menciptakan profil dirinya dan memungkinkan seseorang untuk bisa saling bersosialisasi. Media baru juga tidak lepas dari adanya konvergensi media yang terjadi pada saat ini, dimana banyak media lama yang beralih menggunakan sistem digital dengan memanfaatkan internet menjadi media baru. Konvergensi media adalah proses yang berkesinambungan yang tidak hanya dilihat sebagai lanjutan dari media lama, akan tetapi lebih menekankan kepada interaksi antara berbagai

bentuk media dan platform beberapa media (Sedyaningsih, 2018:3). Konvergensi media menuntun hadirnya beragam pilihan yang menarik bagi pengguna media. Kebebasan untuk memilih media sesuai dengan kebutuhan menambah maraknya kehadiran media baru tersebut. Perkembangan teknologi telepon seluler dan hadirnya internet itulah yang memfasilitasi kemudahan, kepraktisan serta kecepatan dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi, pada media baru. Perkembangan ini memudahkan khalayak dalam segala aktifitasnya, baik untuk keperluan sosial, maupun keperluan bisnis atau keperluan dan kepentingan lainnya.

Media sosial membuat kita melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan Tiktok. Ketertarikan masyarakat akan media sosial semakin tinggi, mengakibatkan kebutuhan hiburan semata telah beralih ke berbagai tujuan yang ingin dicapai masing-masing individu. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Howard Rheingold (Ika Merdekawati, 2019:95) bahwa saat ini orang menggunakan media sosial bertujuan untuk memperluas hubungan tatap muka yang dimilikinya, melampaui hubungan yang normal atau seperti biasanya terjadi. Kepentingan yang ada sedikit menggeser peranan media sosial yang digunakan. Berbagai kemudahan yang ditawarkan memfasilitasi masyarakat untuk memperluas jaringan sosial mereka bukan hanya pada lingkungan sosial yang dikenal, melainkan ke banyak pihak hingga ke berbagai penjuru dunia. Selain itu, masih banyak keuntungan dari hadirnya teknologi internet yang juga membawa peradaban manusia ke arah yang lebih mudah untuk melakukan berbagai kegiatan.

Berbagai dampak dari penggunaan media sosial telah banyak dirasakan oleh para penggunanya. Media sosial memang memberikan kemudahan untuk membuat orang saling terhubung tanpa harus saling bertemu (Ali dan Purwandi, 2017:74). Namun yang perlu diingat adalah, tidak hanya selalu berdampak positif, media sosial terkadang juga membawa dampak negatif yang apabila kita sadari, bahwa ada beberapa hal yang justru dirugikan dengan adanya teknologi tersebut, termasuk salah satunya adalah dampak negatif pada perempuan. Perempuan masih menjadi objektifikasi pada sasaran konten media sosial baik secara sadar maupun tidak. Perihal objektifikasi perempuan justru semakin menjadi karena banyaknya kemudahan dalam menggunakan Internet, yang aksesnya bisa mudah untuk digunakan oleh siapa saja. Sebagaimana yang dikatakan oleh Syarifah dalam Winarti

(2020:3) bahwa objektifikasi terjadi saat individu direndahkan dengan sarana sosial yang ada melalui serangan yang merendahkan derajatnya dan menjadikan hal tersebut sebagai suatu komoditi atau komoditas, yang dibeli atau dijual. Hal ini tentunya mempunyai dampak yang merugikan bagi para perempuan, dikarenakan kebebasan penggunaan media sosial yang sulit untuk ditangani ini menyebabkan materi yang mempunyai unsur sensualitas yang juga banyak mengarah ke ranah pornografi kian mudah untuk didapatkan.

Media sosial seperti menjadi lahan bagi perkembangan yang memfasilitasi adanya konten dengan unsur sensualitas itu sendiri. Sebagaimana dikatakan oleh Kurniawan (2013:87) bahwa sensualitas datang melalui potongan atau bentuk pada tubuh yang memberikan kesan tertentu kepada seseorang, terutama dalam hal orientasi seksualnya. Sensualitas itu sendiri selalu dibahas dan didefinisikan menjadi suatu hal yang tertuju pada hal yang dimaknai negatif, walaupun tidak sedikit yang juga melihat bahwa sensualitas adalah suatu hal menarik yang memberikan kepuasan visual untuk sebagian orang. Hal ini juga berkaitan erat dengan teori Visual pleasure yang pertama kali dicetuskan oleh ahli teori film feminis Laura Mulvey dalam bukunya yang berjudul "*Visual Pleasure and Narrative Sinema*".

*Visual Pleasure* oleh Laura Mulvey adalah sebuah studi yang erat kaitannya dengan bagaimana perempuan ditampilkan, digambarkan dan juga menjadi sebuah objektifikasi seksual pada media, khususnya pada film-film Amerika. Sebagaimana dikatakan oleh Mulvey dalam Karunianingsih (2016:22), Perempuan sering ditempatkan sebagai objek hasrat oleh laki-laki dan hal inilah yang membagi kenikmatan dalam melihat atau menonton telah terpecah antara laki-laki aktif dan perempuan pasif. Saat ini membicarakan visual pleasure bukan hanya sebatas yang hanya terdapat pada didalam film saja. Bahwa berkaitan dengan visual pleasure yang mengobjektifikasi perempuan, juga hadir dalam media sosial seperti Tiktok. Hal ini sekaligus menjadi renungan bahwa simbol-simbol patriarki yang menunjukkan bahwa pria masih memegang peranan penting termasuk dalam tontonan, masih ada dan mendominasi sampai saat ini.

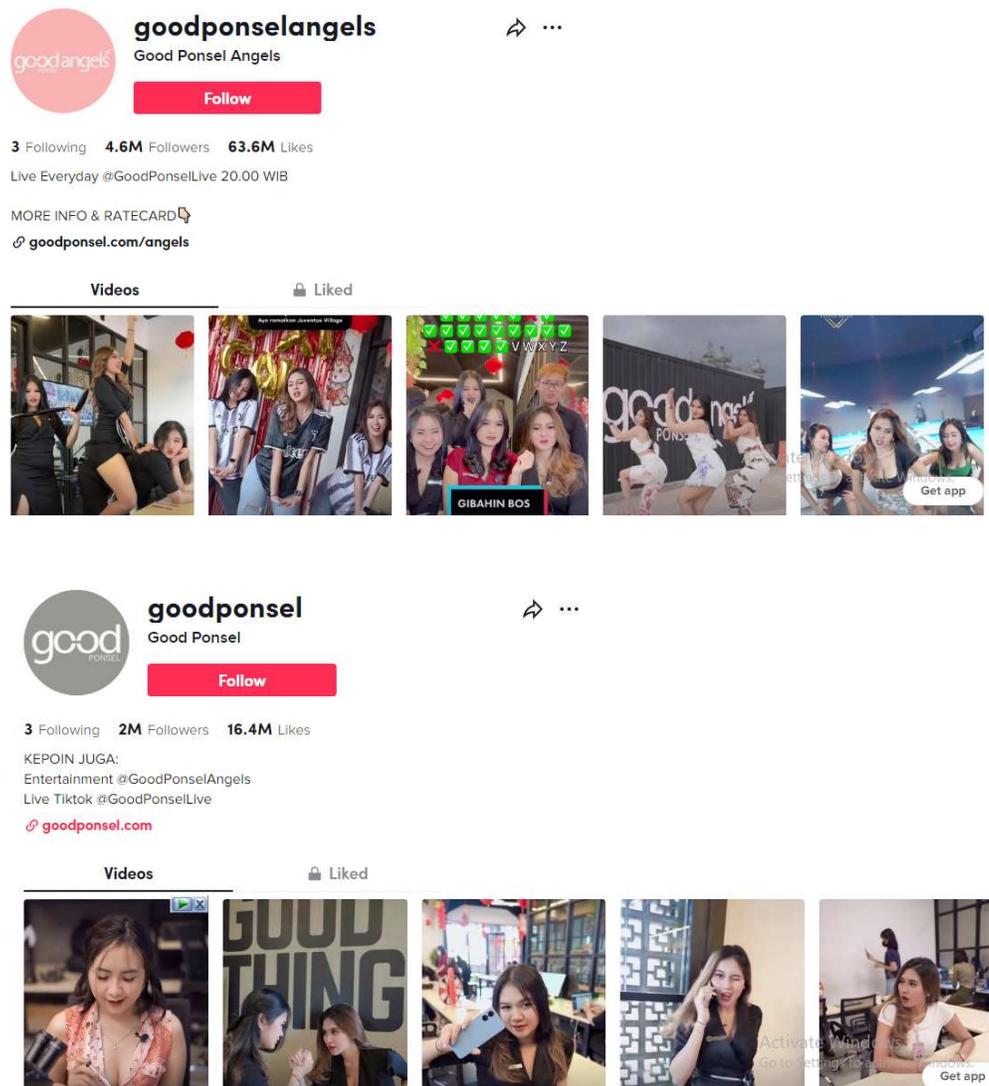
Tiktok merupakan media sosial yang berasal dari Tiongkok yang telah hadir sejak tahun 2016 oleh Zhang Yiming, dan saat ini sudah diunduh hingga 100 juta kali pada App store seperti Google App (Mahardika, 2021:2). Tidak lama setelah kehadirannya, Tiktok menjadi terkenal dan juga menuai popularitasnya hingga sekarang. Tercatat pada tahun 2020, oleh

Sensor Tower (Pramelani, 2021:139) bahwa saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan paling terkenal di dunia pada triwulan kedua tahun 2020 yakni Tiktok, Facebook, Instagram, Snapchat, dan Likee. Media sosial seperti Tiktok sebetulnya banyak dimanfaatkan oleh seseorang, sekelompok maupun sebuah perusahaan untuk berbagai kebutuhan dan keinginan, baik yang menuai keuntungan pribadi atau keuntungan perusahaan atau kelompok. Salah satu pemanfaatan penggunaan Tiktok yaitu sebagai wadah alternatif dalam menunjang promosi produk perusahaan melalui konten yang mengikuti tren yang ada di aplikasi Tiktok.

Hadirnya tiktok sebagai media sosial tidak lantas lepas dari kaitanya dengan visual pleasure yang sengaja dihadirkan oleh seseorang, kelompok maupun organisasi. Justru menjadi daya tarik tersendiri, dengan efisiensi waktu yang ditampilkan dan kemudahan tayangan yang memberikan akses dan kontrol bagi pengguna dan penikmat aplikasi tersebut. Berbagai macam konten yang menghadirkan perempuan dengan kebebasan berekspresi sangat mudah dijumpai. Namun menjadikan perempuan sebagai daya tarik dalam promosi gadget menjadi sebuah hal yang menarik bagi penulis untuk dikaji karena konten-konten yang dihasilkan selalu menggunakan tampilan tertentu misalnya melalui busana yang memang sengaja dihadirkan memikat visual para pengguna, dengan gerak gerik menawarkan gadget pilihan.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa besar dampak yang dihasilkan dari penggunaan Internet terutama pada media sosial, yang terkait dengan tubuh perempuan, dan visual pleasure. Jika melihat lebih jauh, bahwa tidak sedikit media sosial yang masih dengan tidak sengaja menghadirkan konten-konten yang terdapat unsur Male Gaze yang sebetulnya merupakan ulah dari para penggunanya. Media sosial memang menjadi sarana yang mudah untuk menyebarkan konten-konten yang menyajikan sensualitas. Kebebasan dalam bermedia juga menjadi faktor utama dalam kebebasan seseorang dalam penyebaran konten tersebut. Banyak akun perempuan baik dari kalangan artis maupun bukan yang bermunculan yang dengan sengaja menghadirkan foto dan video sensual yang menarik perhatian sehingga membuat mereka mempunyai followers yang banyak kemudian menjadikan mereka seorang seleb tiktok. Para seleb tiktok seksi ini, dengan sengaja terus menghadirkan foto dan juga video yang sebetulnya dapat menimbulkan hawa nafsu dari para lelaki yang melihatnya yang hal ini sebetulnya juga merupakan bentuk visual pleasure

baik disengaja maupun tidak, mereka tidak menyadari bahwa mereka menjadi objek pasif. Namun yang menarik apabila dicermati, maka mereka akan mengatakan hal tersebut sebagai simbol dari kebebasan berekspresi dan bermedia. Seolah-olah menjadikan hal yang tabu, menjadi layak untuk dikonsumsi.



Gambar 1. Akun Tiktok @Goodponselangels dan @Goodponssel  
(Akses 12 Januari 2023)

Akun Tiktok @Goodponselangels merupakan akun tiktok yang memiliki followers sekitar 4,6 Juta dengan jumlah total likes lebih dari 60 juta (diakses pada 12 Januari 2023). Dibandingkan dengan akun perusahaan @GoodPonsel yang hanya memiliki jumlah

followers hanya 2 juta dan total likes hanya sekitar 16 juta (diakses pada 12 Januari 2023). Akun @Goodponselangels memiliki popularitas tersendiri, yang berhasil mengalahkan akun utama perusahaan. Akun goodonselangels ini merupakan akun khusus yang menampilkan para *Angels Good Ponsel* dengan menampilkan konten yang bukan hanya mempromosikan produk dari *Good Ponsel*, namun juga produk yang menjadi *endorse* atau menjadi *brand ambassador* yang telah bekerja sama dengan mereka. Akun Tiktok @Goodponselangels hadir memberikan konten-konten kekinian yang menempatkan para perempuan dari perusahaan goodonsel menjadi bintang ataupun selebriti sendiri terlepas dari ketenarannya pada akun @Goodonsel sebelumnya. Walaupun sebetulnya, masih banyak lagi akun Tiktok serupa yang mengumbar sensualitas yang sudah menjamur pada media sosial Tiktok.

Penelitian ini mengkaji melalui beberapa klasifikasi yang ditentukan oleh Pemilihan video dengan konten yang terdapat endorsement dan tanpa endorsement. Terpilih 3 konten dari ratusan video yang ada pada akun Tiktok @Goodponselangels. Masing-masing merepresentasikan bahwa perempuan menjadi objek pasif kepuasan visual atau Visual Pleasure, melalui teknik pengambilan gambar *Male Gaze* bagi para penontonnya. Hampir setiap konten yang diciptakan tidak terlepas dari unsur sensual, dan pengambilan gambar dari sudut pandang laki-laki. Konten-konten yang dibuat seperti telah menjadi hal yang biasa untuk dilakukan, dengan membuat konten yang memiliki unsur sensual pada akunnya. Selain sebagai media promosi, konten yang ditampilkan juga sebagai bentuk eksistensi diri. Kecenderungan narsisme juga tidak terlepas dari adanya unsur sensual demi menjual kontennya, sehingga citra seksi menjadi sangat erat kepada para *goodonselangels* tersebut. Hal ini disadari betul oleh mereka, bahwa daya tarik mereka terdapat pada setiap sensualitas yang ada dalam setiap postingan video mereka. Namun yang tidak mereka sadari bahwa sesungguhnya video yang mereka *upload* mempunyai dampak yang besar serta merupakan bentuk dari diskriminasi perempuan di ruang virtual.

## CONCEPTUAL FRAMEWORK

### New Media

Salah satu bentuk baru dalam proses berkomunikasi yang ditawarkan oleh teknologi Internet adalah adanya new media. New media yang saat ini dikenali juga dengan media sosial

membawa perubahan signifikan dalam proses komunikasi seseorang. Para pengguna media sosial termudahkan dalam distribusi informasi dalam waktu yang cepat. Pada dasarnya, media sosial merupakan sebuah sistem yang mempunyai beberapa elemen dari individu, kelompok, maupun sebuah organisasi yang terhubung melalui adanya teknologi internet untuk bisa menghubungkan dan kemudian berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, juga ditegaskan oleh Kaplan (2015:197), bahwa media sosial adalah merupakan aplikasi yang menggunakan pemanfaatan teknologi Internet. Teknologi internet sendiri juga dibangun berdasarkan teknologi Web 2.0 yang menjadikan adanya penciptaan user-generated content. Penciptaan user-generated content merupakan segala hal yang melingkupi isi yang dibuat untuk dihadirkan kembali oleh pengguna media ke pengguna media lainnya. Bisa dalam beragam bentuk seperti artikel, gambar, dan berbagai bentuk unggahan lainnya yang melekat pada media sosial seperti blog, forum, komentar pembaca, dan bentuk lain. Namun, yang perlu disadari dengan kemudahan tersebut, bahwa media sosial juga bisa dirubah berdasarkan waktu dan juga berdasarkan penciptanya. Atau bisa juga dirubah oleh sebuah komunitas.

Media sosial juga menghadirkan dampak lain seperti kecenderungan orang berkomunikasi tanpa tatap muka, karena akan cenderung berkomunikasi melalui chat yang seringkali tersedia oleh media sosial. Keunggulan media sosial Tiktok yang bisa memberikan fasilitas kepada penggunannya untuk memiliki medianya sendiri, membawa beberapa dampak. Salah satu dampak penggunaan media sosial Tiktok yaitu, pengguna media sosial cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sarana eksistensi diri. Manfaat sosial media menurut Puntodi dalam Natasha (2019:395) adalah dapat membuat para pengguna media sosial untuk membentuk dan menetapkan *personal branding* yang mereka inginkan. Selain itu mereka juga dapat mencari lingkungan yang tepat, bekerja sama, mempelajari cara berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan mereka juga dapat membentuk ikatan sosial meskipun secara virtual. Selaras dengan yang dipaparkan oleh Sheldon dan Bryant dalam Alhabash (2016:4), bahwa pengguna media sosial seperti Tiktok memang dirasa kurang menekankan pada hubungan dengan orang lain apabila dibandingkan dengan media sosial lain seperti Facebook misalnya. Namun, media sosial Tiktok ini lebih menekankan kepada penunjukan identitas diri dan promosi diri, serta berbagai motif lainnya.

Saat ini, media sosial memang cenderung menjadi sarana dalam pengungkapan jati diri seseorang dalam kehidupan sosial. Perubahan kondisi tersebut terjadi bukan hanya dikarenakan media yang telah berkembang, namun melihat dari kondisi sosial dan psikologis individu pada jaman sekarang lah yang menghadirkan paradigma baru dalam bermedia. Individu dalam bermedia pada saat ini memanfaatkan media sebagai sarana pencarian jati diri kemudian juga untuk eksistensi diri. Karena tidak sedikit bahkan banyak individu yang menggunakan media sosial dengan merepresentasikan dirinya kembali pada sebuah identitas yang dapat disukai banyak pengguna media sosial lainnya. Jika pada media sosial kita mengenali fenomena tersebut dengan sebutan *Micro Celebrities*. Rahmawan (2014:9) mengungkapkan dalam jurnalnya bahwa praktik-praktik selebriti mikro terdiri dari seperangkat teknik belajar yang dimanfaatkan secara berbeda oleh individu untuk menciptakan persona online untuk konsumsi orang lain. Hal ini juga terjadi pada media sosial Tiktok. Pada Tiktok, seseorang dari kalangan biasa kemudian mempunyai followers dengan jumlah banyak dan juga menyajikan konten yang sensasional atau bahkan sampai pada munculnya akun fanbase orang tersebut, maka dapat dikatakan sebagai Influencer atau bahkan bisa disebut dengan Selebtok (Selebriti Tiktok).

Para selebriti Tiktok berupaya sedemikian rupa salah satunya dengan memberikan konten-konten yang menarik dalam upaya menggaet banyak orang untuk tertarik berlangganan mengikuti akun media sosialnya. Marwick (2015) dalam jurnalnya, bahwa konteks selebriti pada media sosial saat ini menjadi perihal apa yang seseorang lakukan, dibandingkan dengan mengenal siapa seseorang tersebut. Selebriti pada era sosial media merupakan segala hal yang meliputi teknik dan strategi yang ditampilkan melalui perangkat telepon genggam maupun komputer. Konten yang mereka hadirkan bermacam-macam, mulai dari musik, *fashion*, kecantikan, makanan, hingga ke konten liputan keseharian mereka yang mereka hadirkan. Begitupun juga dengan para perempuan yang ada dalam akun @goodponselangles yang lebih dikenali karena konten-konten yang ditampilkan, dan juga dikenal sebagai para-*Angels* dari *Good Ponsel*, ketimbang siapa saja mereka secara individual.

### **Selebriti Tiktok dan Sensual Narcissitic Behaviour**

Menjadi seorang selebriti di media sosial, mempunyai tuntutan tersendiri untuk selalu bisa up to date pada konten yang dihasilkan. Mereka menyadari bahwa ada kewajiban yang harus mereka berikan kepada para penggemarnya untuk selalu melihat mereka. melalui foto dan video yang di upload lah mereka menyalurkannya. Kecenderungan para seleb Tiktok untuk memposting video sesuai dengan tren video saat ini pada media sosialnya merupakan bentuk dari ajang penunjukan diri atau eksistensi diri untuk para followersnya. Mereka berlomba-lomba untuk bisa mengikuti tren saat ini agar tetap eksis. Kebiasaan mengunggah foto ataupun video diri sendiri, merupakan dampak dari hadirnya media sosial dan merupakan bentuk komunikasi visual. Sebagaimana diungkapkan oleh Jerry Saltz dalam Mulawarman & Fitri, (2017:38) bahwa selfie dipahami artinya sebagai sebuah kegiatan yang mengambil potret diri secara instan, yang diambil melalui kamera ponsel cerdas, kemudian potret diri tersebut disebarluaskan melalui bantuan teknologi internet. Hal ini dimaksudkan sebagai bentuk dari komunikasi visual tentang siapa kita, dimana keberadaan kita, apa yang kita lakukan, apa yang kita pikirkan dan siapa yang kita pikir melihat. Lebih lanjut diungkapkan oleh Shaw & Costanzo dalam Mulawarman & Fitri (2017:39), bahwa jika seseorang yang sedang melakukan kegiatan foto maupun video terhadap dirinya sendiri, hal ini juga berarti bahwa mereka sedang berusaha untuk membangun atau mengkonstruksikan identitas sosialnya, yaitu melalui cara memaksimalkan karakter pribadi yang positif atau negatif dengan tujuan supaya *self-esteem* mereka tetap terpelihara.

Konten yang dapat dikatakan sukses pada media sosial Tiktok ditandai dengan adanya like dan viewers yang banyak oleh para followersnya. Namun bagaimana dengan kebiasaan pengambilan video dalam konten di Tiktok yang dengan sengaja menampilkan konten dengan hal yang sensual. Sebelumnya, penelitian oleh website techinfographics.com dalam Amurao (2016:24), memperlihatkan bahwa perbandingan antara wanita dan pria yang melakukan selfie, lebih banyak dilakukan oleh para perempuan, yaitu sebesar 52%. Hasil yang diperoleh ini merupakan data yang juga dapat diartikan bahwa perempuan lebih menyenangkan untuk mengikuti tren yang ada. Atau dapat dikatakan bahwa kebiasaan berswafoto ini lah yang juga merupakan salah satu bentuk dari *narcissism* atau narsisme. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Buffardi dan Campbell dalam Amurao (2016:25), bahwa narsisme terkait dengan ukuran aktivitas situs web yang berasal dari jumlah teman. Hal ini menandakan bahwa tingkat narsisme yang ada merupakan hasil dari banyaknya jumlah teman yang dipunyai. yang juga dapat menunjukkan bahwa *narsicm* bukanlah sebuah

fenomena baru semata karna kini telah menjadi sebuah hal konsumtif terutama bagi para selebgram. Buffardi dan Campbell dalam Wang (2018) juga berpendapat bahwa sifat Narsisme ini tertuju pada sifat dan kepribadian yang ditandai oleh adanya pandangan diri yang terlalu positif, efek dari adanya popularitas sosial dan penampilan fisik individu itu sendiri. Hal ini jelas menandakan bahwa selfie pada akhirnya menimbulkan bentuk lainnya yaitu narsisme yang saat ini sudah banyak terlihat dari para pengguna media sosial.

Kebanggaan atas diri sendiri ini bukan hanya pada keseluruhan representasi diri yang dimunculkan dalam gambar diri tersebut. Namun, yang menarik jika dikaitkan dengan representasi sensualitas, bagian tubuh tertentu lah yang menjadi kebanggaan yang akhirnya ditampilkan lebih sering melalui beberapa pengambilan foto untuk ditampilkan pada media sosial. Bagian tubuh tertentu inilah yang ditonjolkan yang juga mewakili unsur sensual yang ada oleh para pembuat konten. Mereka merasa puas dan merasa apa yang mereka miliki sebagai bentuk dari kebanggaan, yang akhirnya menjadi sebuah kebiasaan yang dilakukan untuk melakukan konten sensual secara terus menerus. Kebiasaan ini yang dihadirkan akibat bentuk dorongan adanya kepuasan lain yaitu penghargaan yang mereka dapatkan melalui *viewers* dan *likes* yang semakin banyak akan semakin menyenangkan mereka. Popularitas inilah yang didapatkan oleh para-*Angel Good* Ponsel dan yang membuat akun @Goodponselangels bisa bertahan sampai saat ini. Mereka selalu mendapatkan jumlah *viewers* dan *likes* dalam jumlah yang banyak.

### **Visual Pleasure & Male Gaze**

Laura Mulvey mengartikan visual *pleasure* sebagai bentuk dari adanya penawaran oleh sebuah film terhadap kenikmatan-kenikmatan yang berkaitan dengan aktivitas menonton. Sebagaimana yang dikatan oleh Laura Mulvey dalam Handayani (2017) "*The Cinema offers a number of possible pleasure*". Lebih lanjut dikatakan oleh Mulvey, bahwa, "*There are states in looking itself a source of pleasure, just as, in the opposite form, there is pleasure in being looked at*". Teori oleh laura Mulvey ini membantu untuk melihat bagaimana gender dalam sebuah film diposisikan. Terutama posisi perempuan yang memiliki kecenderungan untuk diposisikan pada posisi sekunder sekalipun dalam hal menonton, perempuan juga bukan merupakan penonton utama yang dapat mengambil peranan dalam penentuan tren film. Sebagaimana dikatakan oleh Laura Mulvey (Handayani, 2017) menunjukkan fakta

bahwa image atau gambaran perempuan diatas panggung telah di konstruksi oleh laki-laki, bahwa perempuan hanya sebagai objek, bukan subjek. Hal ini berkaitan juga dengan penonton pria yang banyak menentukan tren film yang akan dating termasuk pemilihan dan pengambilan gambar pada sebuah film.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, *Visual Pleasure* saat ini bukan hanya terdapat pada film, namun berkembang pada ranah New Media khususnya pada media sosial seperti Tiktok, yang mudah untuk diakses oleh banyak orang. Selain itu, *Visual Pleasure* dalam media sosial seperti Tiktok menampilkan kreatifitas pembuat konten dalam memperlihatkan beragam teknik pengambilan gambar yang beragam dan juga kekinian, begitu juga pada konten yang terdapat dalam akun @Goodponselangels. Konten yang ditampilkan pada akun tersebut berusaha menampilkan konten dengan visual yang sedemikian rupa menarik para followersnya. Tiktok menjadi ajang tontonan visual yang menarik dan juga memuaskan dengan menghadirkan teknik pengambilan gambar yang hampir sama dengan pengambilan gambar pada film melalui angle-angle tertentu, khususnya yang juga lebih fokus pada tampilan perempuan sebagai actor utama dalam konten tersebut. Pengambilan gambar yang dilakukan pada setiap konten tiktok yang dihasilkan oleh akun @Goodponselangels dirasa menarik dan memberikan kepuasan bagi para penonton, khususnya penonton pria.

*Male Gaze* yang muncul dan dihadirkan dalam konten video di Tiktok memiliki berbagai macam tujuan yang ingin dicapai seperti adanya popularitas, dan termasuk untuk promosi yang juga menguntungkan perusahaan mereka. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Baran dan Dubis (Handayani, 2017), *Male Gaze* berasal dari dua teori. Teori tersebut adalah psikoanalisis teori dan feminist teori. Psikoanalistik teori adalah bahwa setiap individu berpikir dan beraksi didorong oleh adanya faktor emosional dan psikologi dari dalam diri dan hal ini sering berada di luar kesadaran seseorang. Penggunaan teknik pengambilan gambar dengan sudut pandang laki-laki yang sering dilakukan ini, memberikan kepuasan secara visual atau kata lainnya ialah bentuk *visual pleasure* bagi para penontonya. Kepuasan yang hanya dimiliki oleh para penonton yang didominasi oleh para laki-laki menjadikan dominasi patriarki yang selama ini ada kemudian masih menjadi momok yang belum terselesaikan, termasuk pada ruang media sosial yang selalu menempatkan perempuan hanya sebagai objek yang pasif.

### **Semiotika Roland Barthes**

Semiotika diperkenalkan oleh tokoh Ferdinand de Saussure seorang ahli bahasa berkebangsaan Swiss yang memperkenalkan dikotomi sebuah sistem tanda, yaitu signified dan signifier atau signifie dan significant yang memiliki sifat yang atomistik. Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang memiliki makna” atau “guratan yang bermakna”. Oleh karena itu, penanda adalah aspek material dari sebuah bahasa. Aspek material tersebut ialah, apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda artinya juga merupakan gambaran dari sebuah mental, pemikiran, atau konsep. Roland Barthes adalah pengikut pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara – cara yang kompleks di mana kalimat dibentuk dan bagaimana bentuk kalimat dapat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada fakta bahwa kalimat yang sama dapat mengutarakan arti yang berbeda kepada orang yang berbeda dalam situasi yang berbeda. Seorang Roland Barthes, kemudian mengambil ide pemikiran Saussure lebih jauh, dengan mementingkan pentingnya interaksi, antara sebuah teks dan pengalaman pribadi seseorang dan kebudayaan para penggunanya, interaksi disini yang dimaksud ialah interaksi antara kesepakatan di dalam sebuah teks dan kesepakatan yang dialami dan juga yang diharapkan oleh penggunanya.

Pemikiran Barthes ini dikenal dengan istilah “Tatanan Makna”, yang meliputi denotasi (makna sebenarnya menurut kamus) dan konotasi (makna ganda yang muncul dari budaya dan pengalaman pribadi). Pada titik inilah letak disimilaritas antara konsep semiotika Saussure dan Barthes, walaupun Barthes konsisten menggunakan istilah signifier-signified yang diangkat oleh Saussure. Menurut Roland Barthes, semiotika memiliki beberapa konsep utama atau inti. Konsep utamanya yaitu *signifikasi*, *denotasi* dan *konotasi*, dan *metalanguage* atau *mitos* (Yan dan Ming, 2015). Roland Barthes menjelaskan bahwa semiologi adalah untuk menghubungkan berbagai sistem tanda yang berbeda seperti substansi dan batas, gambar, berbagai macam gerak tubuh yang berbeda, suara music yang berbeda, serta objek yang berbeda, yang menyatu dalam satu system makna.

Roland Barthes mengembangkan semiotik kedalam dua tingkatan pertanda, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi yaitu tingkat pertanda yang mengartikan hubungan di antara sebuah penanda dan petanda dalam realitas, menuju kedalam pemaknaan yang gamblang, berkesinambungan, dan konsisten. Konotasi adalah tingkat pertanda kedua, yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang merupakan kebalikan dari denotasi. Dalam semiologi Roland Barthes (Wibisono & Yunita, 2021:32), denotasi adalah

sistem pemaknaan pada tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan pemaknaan tingkat yang kedua. Barthes juga melihat segi makna yang lain dari sebuah penandaan yaitu “mitos” yang mengidentifikasi sebuah masyarakat. Mitos berada pada tingkat yang lebih lanjut yaitu tingkat kedua dari penandaan. Atau dengan kata lain ialah, ketika sistem tanda signifier-signified terbentuk, tanda - tanda tersebut menjadi berubah kedalam sebuah petanda lainnya yang kemudian juga bergerak menjadi petanda pada tingkatan kedua. Pada tingkatan kedua ini, tanda tersebut yang pada akhirnya membentuk tanda baru lainnya. Jadi, ketika sebuah tanda memiliki makna konotatif, ia berkembang menjadi makna denotatif, dan kemudian makna denotasi tersebut akhirnya berkelanjutan menjadi sebuah mitos.

## **METHODOLOGY**

Penelitian ini dikaji melalui analisis semiotika Roland Barthes untuk menampilkan tanda dan makna denotasi dan konotasi serta mitos, terhadap visual pleasure yang ditampilkan oleh akun Tiktok @goodponselsangles. Metode analisis semiotika Roland Barthes, digunakan untuk melihat makna yang tersembunyi yang seringkali tidak disadari dan diterima serta dipercayai oleh para penerima pesan atau audience. Oleh karena itu, pada tingkatan Mitos dipercayai oleh Roland Barthes sebagai bentuk ideologi. Sebagaimana yang dikatakan oleh Barthes dalam *Image Music Text* (1997), bahwa mitos merupakan bentuk ideologi yang disusun dari runtutan konotasi yang dikatakan sebagai aspek retorik tanda atau *Rhetoric* (Urfan, 2018:48). Penelitian ini menganalisis tiga video yang sudah dipilih dari video konten akun @goodponselsangles pada tahun 2022, yang terbagi dalam konten dengan *Endorsement* dan konten tanpa *Endorsement*. Dari beberapa video yang ada, penulis menyeleksi kembali video dengan kriteria jumlah likes lebih dari seribu dan *viewers* lebih dari 100 ribu penonton oleh akun @goodponselsangles.

Tabel 1. Video yang menjadi Objek Penelitian

Screenshot Konten	Jenis Konten	Tanggal Pembuatan Konten	Jumlah Viewers	Jumlah Likes
	Konten Endorsement	2 November 2022	4M	190K
	Konten Endorsement	26 November 2022	173K	6K
	Konten tanpa Endorsement	11 September 2022	12M	464,8K

Tiga video konten ini dipilih untuk melihat *Male Gaze* yang muncul dalam pengambilan gambar yang ditampilkan dalam beberapa konten dalam menarik perhatian penontonnya, khususnya pada akun yang didalamnya terdapat promosi berbayar atau

*Endorsement*. Penelitian ini juga sekaligus melihat bagaimana perempuan yang ditampilkan pada akun @goodponselangel's menandakan serangkaian mitos yang dipercayai bahwa perempuan dengan pakaian minim dan memiliki ekspresi sensual masih menjadi visual yang menarik dan memuaskan bagi penontonnya, serta menjual bagi promosi sebuah produk.

## FINDINGS & DISCUSSION

Kepuasan visual yang ditampilkan merupakan kepuasan para penonton akun tiktok dalam sudut pandang laki-laki atau *Male Gaze* yang menghadirkan konten perempuan-perempuan berparas ayu, dan dengan menggunakan busana serta tarian mengikuti trend konten yang ada di Tiktok. Akun ini dihadirkan untuk memperjelas posisi para-angles dari *good* ponsel bahwa mereka mempunyai daya tarik tersendiri sehingga mereka memiliki ruang tersendiri dalam berekspresi. Seperti yang sudah dituliskan sebelumnya, bahwa Penelitian ini akan mengkaji melalui beberapa klasifikasi yang ditentukan oleh penulis, dengan pemilihan konten video yang memiliki *Endorsement* dan tanpa *Endorsement*. Terpilih tiga konten yang mewakili dari ratusan video berbeda pada akun Tiktok @Goodponselangel's. Berbagai bentuk *Male Gaze* yang hadir dianalisis melalui metode semiotik Roland Barthes dengan menelaah ketiga konten yang dipilih, dan menjawab bagaimana mitos yang dimunculkan yang terdapat dalam serangkaian konten yang juga mengikuti budaya kekinian dalam berekspresi di media sosial khususnya media sosial Tiktok.

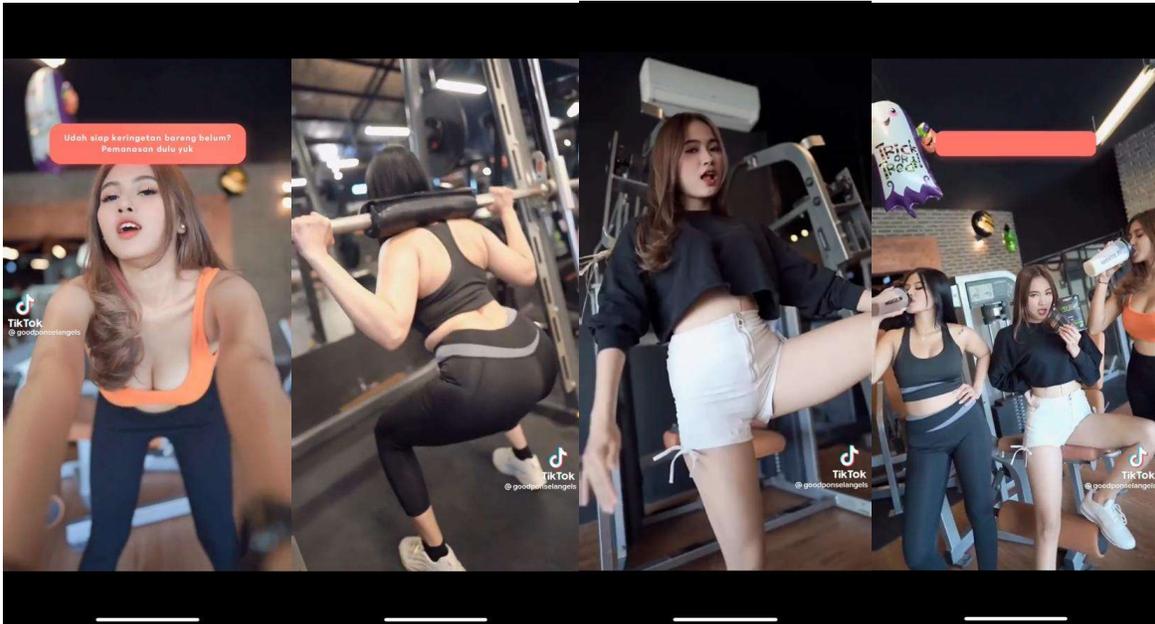
### **Analisis Semiotika pada konten yang memiliki tautan Endorsement**

Konten *Endorsement* yang terpilih untuk dianalisis, merupakan konten dengan jumlah *viewers* lebih dari 100 ribu penonton, disaring kembali menghasilkan temuan dua konten yang diposting dalam kurun waktu tahun 2022, dengan jumlah *likes* mencapai 6000 dan lebih dari 100 ribu *likes* penonton. Konten pertama yaitu konten yang diposting pada 2 November tahun 2022. Konten tersebut merupakan konten promosi bersponsor atau *endorsement* tempat hiburan karaoke di sebuah daerah di Bali. Pengambilan gambar dalam konten ini menggunakan teknik pengambilan gambar *longshoot* untuk memperlihatkan seluruh tubuh *talent* dan medium *close up* untuk mendapatkan detail ekspresi para *good* ponsel angel's, disertai dengan musik sebagai *background* yang melengkapi video dalam konten tersebut. Video ini memperlihatkan aktivitas perempuan dan memperagakan penggunaan tempat karaoke sebagai tempat hiburan, yang dilakukan oleh tiga perempuan, yaitu tiga anggota *Good* ponsel *angel's*.



Gambar 2.  
Konten akun Tiktok @goodponselangels tanggal 2 November 2022  
(Akses pada 28 November 2022)

Makna denotasi yang terlihat pada video ini ialah, tiga perempuan menggunakan *dress* ketat berwarna merah, hitam dan coklat dengan bagian dada terbuka dan potongan yang terbuka pada bagian paha dan lengan serta pinggang. Mereka berjalan sembari menggeliatkan tubuhnya dan juga meraba bagian tubuh seperti lengan dan paha, serta rambut. Makna Konotasi yang terlihat dalam video tersebut ialah melalui pengambilan gambar yang fokus pada ekspresi-ekspresi yang ditampilkan oleh para *good* *ponsel* *angels* tersebut. Mereka menampilkan ekspresi sensual dengan mengedipkan mata dan tersenyum sensual serta ekspresi menutup mata. Mitos yang hadir dalam konten ini menawarkan fantasi dan sensualitas yang tervisualkan melalui gambaran bahwa perempuan seringkali menjadi daya tarik pada tempat-tempat hiburan seperti karaoke yang sering diminati dan juga dikunjungi oleh kaum pria.



Gambar 3.  
Konten akun Tiktok @goodponselangels tanggal 26 November 2022  
(Akses pada 28 November 2022)

Konten kedua yaitu konten yang diposting pada 26 November tahun 2022. Konten tersebut merupakan konten promosi bersponsor atau endorsement minuman kesehatan penambah massa otot pria dengan setting tempat di sebuah *gym*. Pengambilan gambar dalam konten ini juga menggunakan teknik pengambilan gambar *longshoot* untuk memperlihatkan seluruh tubuh *talent*, *medium shoot* dan *close up* untuk mendapatkan ekspresi para *good ponsel angels*, disertai dengan musik sebagai *background* yang melengkapi video dalam konten tersebut. Video ini memperlihatkan aktivitas tiga perempuan yang memperagakan penggunaan alat fitness dan aktivitas mempromosikan produk minuman kesehatan pria sebagai sponsor utama konten tersebut.

Makna denotasi yang terlihat pada video ini adalah adanya tiga perempuan yang menggunakan pakaian olahraga dengan bagian dada, bagian paha, lengan dan pinggang yang terbuka. Mereka memperlihatkan penggunaan alat didalam tempat *fitness* dan juga memperlihatkan aktivitas mempromosikan minuman kesehatan pria, dengan cara membawa kemasan sachet dan produk yang diminum. Makna Konotasi yang terlihat dalam video tersebut ialah melalui pengambilan gambar yang mengambil *angle* yang memperlihatkan bagian-bagian tubuh yang terbuka seperti bagian dada talent dan bagian paha talent. Pengambilan gambar juga fokus terhadap ekspresi-ekspresi yang ditampilkan oleh para

*good* ponsel angels tersebut. Mereka menampilkan ekspresi sensual dengan mengedipkan mata dan tersenyum sensual serta ekspresi menutup mata. Saat mempromosikan produk, mereka juga menggunakan ekspresi sensual dengan menggigit bungkus minuman kesehatan pria tersebut. Mitos yang hadir dalam konten ini memperlihatkan bahwa untuk produk kesehatan pria lebih menarik apabila ditawarkan oleh para perempuan dengan visual yang menarik dengan menampilkan unsur sensual, serta setting tempat yang biasanya didominasi oleh para pria, yaitu tempat *gym*. Perempuan hadir sebagai pemanis dan penarik perhatian dalam konten endorsement ini.

### **Analisis Semiotika pada konten yang tidak memiliki tautan Endorsement**

Konten ketiga yang dikaji peneliti yaitu konten yang diposting pada 11 September 2022. Berbeda dengan konten sebelumnya, konten tersebut merupakan konten yang tidak memiliki sponsor atau *endorsement*, namun juga memiliki banyak *viewers* lebih dari 100 ribu penonton, dengan jumlah *likes* mencapai lebih dari 100 ribu *likes* penonton. Konten ini menampilkan aktivitas para *good* ponsel *angels'* yang melakukan *lipsync* menggunakan *backsound* yang sedang populer atau menjadi pilihan banyak orang. Sama dengan konten sebelumnya, untuk pengambilan gambar dalam konten ini menggunakan teknik pengambilan gambar *longshoot* untuk memperlihatkan keseluruhan badan dan medium *close up* untuk mendapatkan ekspresi para *good* ponsel *angels*, disertai dengan teknik pengambilan gambar yang juga mengikuti dengan gerakan *dance*.



Gambar 2.  
Konten akun Tiktok @goodponselangels tanggal 11 September 2022  
(Akses pada 28 November 2022)

Konten ini memiliki makna denotasi yang terlihat seperti, perempuan menggunakan seragam perusahaan berwarna hitam yang memperlihatkan lekukan tubuh dan bagian tubuh paha yang terlihat karena seragam yang digunakan memiliki *cutting* atau belahan yang tinggi. Keempat perempuan *good* ponsel *angels* tersebut tidak melakukan *dance* seperti konten sebelumnya, namun mereka melakukan gerakan-gerakan yang sensual seperti duduk berlawanan menghadap kursi, menyilangkan kaki memperlihatkan bagian paha, bersandar pada tembok, dan juga terlihat memainkan rambut. Kemudian untuk makna konotasi yang terlihat dalam video tersebut ialah, mereka memperlihatkan pengambilan gambar yang fokus terhadap ekspresi sensual yang ditampilkan oleh para *good* ponsel *angels* pada saat melakukan gerakan tertentu, seperti misalnya saat menyentuh rambut atau pada saat menyentuh paha. Mitos yang hadir dalam konten, memperlihatkan perempuan masih menjadi daya tarik yang dikemas melalui pengambilan gambar dari sudut pandang laki-laki yang didukung dengan penggunaan pakaian yang minim. Perempuan diposisikan sebagai bahan imajinasi sensualitas melalui visual yang memuaskan para pria sebagai penontonnya, sekaligus sebagai bahan untuk meningkatkan popularitas perusahaan, dikarenakan penggunaan seragam *Good Ponsel* dalam konten tersebut, sebagai identitas para-*Good Ponsel Angels*.

### **Male Gaze dan Visual Pleasure dalam akun Tiktok @Goodponselsangels**

Mengkaitkan kembali dengan persoalan *visual pleasure*, makna denotasi dan konotasi yang tergambarkan dengan jelas pada konten-konten yang ditampilkan pada akun tersebut, menggambarkan sebuah mitos yang mencerminkan bahwa perempuan hanya sebagai objek yang disadari memberikan makna sensualitas melalui pengambilan gambar dari sudut pandang laki-laki yang tentunya memuaskan visualnya. Selain itu, merupakan konten yang tanpa disadari merugikan dan merendahkan perempuan sekaligus melanggar budaya patriarki, karena perempuan hanya menjadi objektifikasi.

Melihat dengan seksama bahwa terlihat dengan jelas pengambilan gambar dalam konten akun tersebut mewakili pengambilan gambar yang diambil dari sudut pandang laki-laki dalam melihat perempuan. Selain itu, penampilan perempuan dengan garis tubuh yang berlekuk-lekuk, juga merupakan bentuk kepuasan berupa kepuasan visual bagi para pria yang melihatnya. Lekuk tubuh yang terlihat dan dilihat tersebut, dapat membangkitkan sisi sensual dari seorang perempuan (King dalam Kosakoy, 2016:4). Perempuan disini menjadi objek pasif, sebagaimana yang dikatakan oleh Laura Mulvey (Jose, 2017) Bahwa kepuasan dalam

menatap sesuatu dibagi menjadi dua. Yaitu, laki-laki sebagai pihak yang aktif dan perempuan sebagai pihak pasif. perempuan sering dikategorikan sebagai objek yang tidak memiliki peranan penting dan hanya sebagai pelengkap yang menarik perhatian bagi para penontinnya.

Beberapa konten seperti konten yang diposting pada bulan November tanggal 2 tersebut misalnya. Konten tersebut memperlihatkan pengambilan gambar dengan lebih fokus terhadap ekspresi wajah dan goyangan dance para good angels. Sebagaimana yang juga dikatakan oleh Mulvey dalam Handayani (2017), bahwa perempuan ditampilkan hanya sebagai objek seksual merupakan motif utama dari tontonan yang erotis. Lebih lanjut menurut Mulvey, bahwa Objektifikasi yang terjadi yang terepresentasikan oleh perempuan di media, sebetulnya juga disebabkan adanya dominasi laki-laki dalam penggunaan teknologi. Sehingga perempuan masih diposisikan di media sebagai objek bukan sebagai entitas manusia secara keseluruhan. Akun tiktok ini tidak semata-mata hanya untuk menarik perhatian dan meningkatkan viewers ataupun followers pada akun Tiktoknya. Melainkan, untuk menaikkan promosi produk good ponsel sekaligus para good angles juga menjadi seleb tiktok yang dalam hal ini mereka juga menerima endorsement yang tidak kalah menguntungkan bagi mereka sendiri ataupun perusahaan.

Sensualitas yang mereka tampilkan dalam beragam ekspresi dan juga goyangan didalam tiap postingan akun Tiktok mereka, merupakan sebuah tindakan yang disadari membawa dampak bagi para penontonnya, terhadap keputusan-keputusan seperti keputusan pembelian maupun keputusan dalam mengikuti akun tersebut yang akan meningkatkan popularitas akun tersebut. Akun Tiktok @Goodponselangels menghadirkan konten yang semata-mata tujuannya untuk kepentingan hiburan semata. Namun yang tidak bisa dipungkiri bahwa mereka menggunakan dan menjual sensualitas untuk menarik perhatian penonton media sosial Tiktok. Daya tarik sensualitas ini berhasil menarik banyak orang yang tentunya kebanyakan kaum pria untuk memfollow akun Tiktok mereka. Video yang ditampilkan dengan menggunakan pakaian minim, selalu lebih mendominasi daripada video yang menggunakan pakaian tertutup. Bukan hanya dari segi penggunaan pakaian. Namun dari segi gerak atau pose yang ditampilkan dan juga raut wajah yang sensual mereka hadirkan pada setiap video merepresentasikan sensualitas yang dinikmati secara visual oleh para penontonnya.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa akun Tiktok @Goodponselangels ini masih merepresentasikan adanya Visual Pleasure yang didasari oleh ideologi-ideologi yang

menggambarkan bahwa konten yang menarik penonton adalah konten yang menggunakan perempuan sebagai pemeran utama untuk mendukung dan mempromosikan produk. Baik konten yang memiliki kerjasama endorsement maupun tanpa endorsement, yang tentunya hal ini juga mendatangkan keuntungan bagi pemilik perusahaan. Selain itu, konten *endorsement* tersebut dilakukan oleh para-*Good ponsels angels*, yang menyadari bahwa mereka sebagai perempuan memiliki daya tarik dan kenikmatan visual tersendiri, yang tentunya mempunyai kekuatan dalam keputusan pembelian seseorang terhadap suatu produk. Sekaligus tanpa disadari bahwa adegan dari konten yang dibuat tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat dominasi patriarki yang mendiskriminasi posisi perempuan di media, terutama media sosial seperti Tiktok.

## CONCLUSION

Penggunaan media sosial seperti media sosial Tiktok ini merupakan saluran utama merek yang tidak dapat dilepaskan begitu saja dari penggunaan keseharian mereka. Saat mereka sudah menjadi seorang selebriti dalam media sosial Tiktok, maka terdapat tuntutan bahwa mereka harus selalu memberikan konten yang dibutuhkan oleh para penontonnya seperti rajin untuk mengunggah video. Melihat konten-konten dalam akun tersebut, para pengikut yang ikut mengomentari kebanyakan didominasi oleh para pengguna Tiktok dari kalangan Pria, hanya sedikit saja dari kalangan Wanita, dan sisanya kebanyakan merupakan akun online shop. Ketika mayoritas pria yang mengikuti akun *@Goodponselangels*. Sensualitas yang mereka berikan tersebut, lebih berhasil menarik minat penonton karena memberikan kepuasan visual.

Eksplorasi tubuh perempuan pada media sosial juga masih ada dan secara sadar dilakukan oleh para perempuan itu sendiri. Beragam faktor yang mempengaruhi termasuk dikarenakan faktor kebiasaan ber-*selfie* sensual atau juga bisa dikatakan dengan *Sensual Narcisistic Behaviour*. Mereka mengunggah video sensual mereka kedalam akun mereka untuk mendapatkan *like* dan *comment* serta untuk menambah jumlah followers, namun yang mereka mungkin tidak sadari bahwa tindakan mereka tersebut merupakan salah satu bentuk mendiskriminasi perempuan pada media sosial, dan acapkali dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu dalam memanfaatkan kepuasan visual bagi kaum pria yang menontonnya. Hal ini yang menjadi hambatan hilangnya dominasi pria dan kebudayaan patriarki. Maka tidaklah heran bahwa masih banyak terdapat akun-akun yang memiliki kecenderungan selalu

menonjolkan kesensualitasan mereka baik secara sengaja pada setiap konten yang mereka hadirkan, demi mendapatkan keuntungan semata.

Kemudahan dalam mengakses media sosial inilah yang juga dirasa mereka sebagai keuntungan untuk memberikan kepuasan visual walaupun tidak secara terang-terangan seperti pornografi pada umumnya yang lebih ekstrim. Berdasarkan yang telah ditelaah dalam makalah ini, maka dapat secara jelas disimpulkan bahwa pengambilan gambar dari sudut pandang pria atau *Male Gaze* atau *Male Gazing* bukan hanya terdapat dalam film saja. Namun, juga bisa muncul pada media sosial Tiktok seperti yang terdapat pada akun @Goodponselangles. *Male Gaze* yang terdapat dalam media baru seperti Tiktok dapat membawa dampak dengan tanpa disadari, hal ini menjadi pemakluman dan hal wajar sebagai bentuk kebebasan berekspresi, yang sebenarnya juga tanpa disadari bahwa hal tersebut merupakan bentuk diskriminasi perempuan.

## REFERENCES

- Alhabash, S., Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?. *Social Media + Society. Sage Publications*, 1-13.
- Ali, H, Purwandi, L. (2017). Millenial Nusantara : Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya. *Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama*
- Amurao, R. M., Castronuevo, E. (2016). Selfie Behavior and Narcissism among selected Females. *The Bedan Journal Of Psyvhology*, Vol (1), 24-33
- Angela, N., Yoedtadi, M.G. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komunitas Historia Indonesia. *Jurnal Prologia*, 3(2), 393-400.
- Handayani, R. (2017). Male Gaze dalam Fotografi Model: Objektifikasi dan Komersialisasi Tubuh Perempuan. *Jurnalisa*, 03(1), 91-105.
- Jose, A. (2017). Male and FeMale Gaze in Bollywood Films. *An International Refereed/PeerReviewed English e-Journal*, 3(4), 53–59.
- Kaplan. A.M. (2015). "Social Media, The Digital Revolution, and The Business of Media". *International Journal on Media Management*, 17(4), 197-199.
- Karuniangingsih, D. A. (2016). Kamera Sebagai Alat Operasi Male Gaze: Analisis Male Gaze dalam Film Horor "Pacar Hantu Perawan". *Jurnal Rekam*, 12(1), 19-29.
- Kosakoy, J. P. (2016). Representasi Perempuan Dalam Film "Star Wars VII: The Force Awakens". *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1-12.

- Kurniawan, I. (2013). Sensualitas dan Kecenderungan Fetishisme pada Fotografi bertema Model. *Bandung : FSRD-ITB*.
- Mahardika, S. V. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok. *SOSEARCH*, 2(1), 40-53.
- Marwick, A. (2015). "You May Know Me from YouTube: (Micro)-Celebrity in Social Media.", in *A Companion to Celebrity*, Marshall, P.D. and Redmond, S., Eds. *Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc.*, 333-350.
- Merdekawati, I., Gumilar, G. (2019). Media Sosial dan Promosi oleh Pengelola Factory Outlet dan Distro/Clothing Company di Bandung. *Communications*, 1(2), 91-104.
- Mulawarman, A. D. N. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Pramelani. (2021). Efek Informasi Keamanan Aplikasi TikTok di Media Online Terhadap Daya Tarik Pengguna Media Sosial Dalam Pemakaian Aplikasi TikTok. *Communications*, 3(2), 138-148.
- Rahmawan, D. (2014). Selebtwits: Micro-Celebrity Practitioners in Indonesian Twittersphere. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(1), 1-11.
- Sediyarningsih, S. (2018). Konveregensi Media di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, 19(1), 52-57.
- Urfan, N. F. (2018). Semiotika Mitologis Sebuah Tinjauan Awal Bagi Analisis Semiotika Barthesian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 45-54.
- Wang, Y., Xie, X, Wang, X., Wang, P., N. J., Lei, L. (2018). Narcissism and selfie-posting behavior: the mediating role of body satisfaction and the moderating role of attitude toward selfie-posting behavior. *Current Psychology*, 39, 665-672.
- Wibisono, P., Sari, Y. 2021. Analisis Semiotika Roland barthes dalam Film Bintang Ketjil karya Wim Umboh dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30-43.
- Wolf, M.; Sims, J; and Yang, H. (2018). "Social Media? What social media?". *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings*, 3.