

KOMODIFIKASI TUBUH PEREMPUAN DALAM IKLAN JUDI ONLINE DI INSTAGRAM

Angger Prasetyo 1, Jokhanan Kristiyono 2.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Stikosa-AWS

Nginden Intan Timur I/18, Surabaya (60118)

Email: anggerprasetyo2017@gmail.com 1, jokhanan.k@stikosa-aws.ac.id 2.

Abstract

This research is motivated by online gambling advertisements on Instagram social media by showing the dominance of female figures as commodification objects. In this advertisement, a female figure is shown wearing a bikini and showing an element of female sensuality, this can lead to gender inequality between men and women. The purpose of this study was to find out how the form of commodification of women occurs in online gambling advertisements on Instagram. This research is a qualitative study using the critical discourse analysis method of the Sara Mills model which has two basic concepts, namely the Position of the Subjects and the Position of the Reader or it can be called the position of the audience. The object to be studied is online gambling advertisements on Instagram social media. The results of the study show that women are often presented as subjects, characters who tell themselves as subjects to attract the audience. This is shown by showing how the female body is used as an object solely to attract men's interest in playing online gambling. The concept of the female body in commodification is a symptom that we often encounter in advertisements, the female body is likened to one of the commodifications that has a selling point. As a commodity, the body that can be converted is the concept of body and physical capital, which can be converted into economic, cultural and social capital.

Keywords: *Commodification, Online Gambling, Instagram Ads*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh iklan judi *online* yang ada di media sosial instagram dengan memperlihatkan dominasi sosok perempuan menjadi objek komodifikasi. Dalam iklan tersebut sosok perempuan ditampilkan dengan berpakaian bikini dan menunjukkan unsur sensualitas perempuan, hal tersebut dapat mengakibatkan ketidaksetaraan gender antara laki-laki dan perempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana bentuk komodifikasi perempuan terjadi dalam iklan judi *online* di instagram. Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan menggunakan metode analisis wacana kritis model Sara Mills yang mempunyai dua konsep dasar yaitu *Posisi Subjek-Objek dan Posisi Pembaca* atau bisa disebut posisi penonton. Objek yang akan diteliti adalah iklan judi *online* di media sosial instagram. Hasil penelitian menunjukkan perempuan sering ditampilkan sebagai subjek, tokoh yang menceritakan dirinya sendiri sebagai subjek untuk menarik penonton. Hal ini ditunjukkan dengan memperlihatkan bagaimana tubuh perempuan digunakan sebagai objek semata-mata untuk menarik minat pria dalam bermain judi *online*. Konsep tubuh perempuan dalam komodifikasi merupakan gejala yang sering kita temui dalam iklan, tubuh perempuan diumpamakan sebagai salah satu komodifikasi yang memiliki nilai jual. Sebagai komoditas,

tubuh yang dapat dikonversikan adalah konsep tubuh dan modal fisik, yang dimana dapat dikonversikan menjadi modal ekonomi, budaya dan sosial.

Kata Kunci: Komodifikasi, Judi *Online*, Iklan Instagram

1.PENDAHULUAN

Perkembangan dunia internet saat ini sangat cepat sehingga banyak pelaku usaha kotor seperti judi *online* memanfaatkan hal tersebut untuk keuntungan mereka. Perjudian adalah kegiatan memasang beberapa uang atau harta dalam permainan tebak-tebakan dengan harapan mendapatkan jumlah uang atau harta yang lebih banyak dari apa yang dipertaruhkan (Pratama 2019).

Permainan judi tidak sesuai dengan nilai-nilai dan tata cara sosial masyarakat, permainan judi juga merupakan bentuk perilaku menyimpang. akibat hal yang melanggar norma tersebut, para pelaku bisnis judi *online* tidak diperbolehkan mengiklankan di televisi. Sebab hal tersebut para pelaku memiliki cara untuk mempromosikan lewat media sosial dan membayar selebgram sebagai *endorser* (Paramartha, 2021).

Perempuan tidak lagi memegang peran tunggal, Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perubahan peran yang dilakukan perempuan sebelumnya hanya terjadi pada sektor domestik kini mulai menyebar ke sektor publik (Hadji 2018). Dengan alasan tuntutan pekerjaan, mereka harus menampilkan diri dengan pakaian minim dan dandanan menor untuk menarik pembeli ke pangsa pasar. Perempuan memang menarik, cantik, dan mempesona sejak lahir (Syamsudin, 2006). Kaum kapitalis memanfaatkan kesempatan ini untuk memperluas bisnis mereka. Dua hal yang sulit dipisahkan adalah wanita dan dunia usaha atau bisnis. Memiliki kriteria yang menarik, berparas cantik. Memiliki postur tubuh yang ideal, dalam konteks feminisme dan seksualitas perempuan dikonstruksi untuk menyesuaikan diri dengan selera pasar (Aquarini, 2004).

Peran perempuan menjadi model, bintang iklan, atau *endorser*, hal itu sering menyebabkan bias gender dan memperkuat stereotip yang terkait dengan patriarki. Selain itu, sisi sensualitas wanita dianggap sebagai komoditas. Banyak produk menampilkan sisi sensualitas wanita dalam iklannya meskipun sama sekali tidak ada hubungannya dengan tubuh wanita. Adanya ketidaksamaan gender dalam industri periklanan adalah alasan mengapa tubuh perempuan digunakan dalam iklan.

Konsep tubuh sebagai komoditas merupakan gejala yang umum ditemui dalam budaya konsumen. Tubuh dianggap sebagai komoditas yang memiliki nilai jual, dan konsep tubuh sebagai modal fisik dapat diubah menjadi modal ekonomi, budaya, dan sosial. Tubuh yang berhias dianggap sebagai komoditas yang memiliki nilai jual, Secara bersama-sama, tubuh dan pakaiannya dilihat sebagai satu nilai.

Kekerasan terhadap sesama manusia dapat berasal dari berbagai sumber, kekerasan terhadap satu jenis kelamin tertentu dapat disebabkan oleh anggapan gender. Kekerasan yang disebabkan oleh anggapan gender ini disebut sebagai kekerasan yang berkaitan dengan jenis kelamin (Skinner, 2013). Pada dasarnya, ketidaksetaraan kekuatan di masyarakat menyebabkan kekerasan gender. Kekerasan dalam bentuk pornografi adalah salah satu dari

banyak jenis kejahatan yang dapat dikategorikan sebagai kekerasan gender, salah satunya adalah pornografi. Jenis kekerasan ini termasuk kekerasan nonfisik, yaitu pelecehan terhadap perempuan dengan menggunakan tubuh mereka untuk kepentingan seseorang (Skinner, 2013).

2.METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan kualitatif eksploratif, yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk suatu komodifikasi tubuh perempuan dalam iklan judi *online* di media sosial instagram. Menurut Arikunto Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apa yang menyebabkan sesuatu terjadi (Arikunto, 2016). Peneliti menggunakan metode analisis wacana kritis memfokuskan perhatian pada penemuan kekuatan yang dominan dalam meminggirkan kelompok yang tidak dominan. Pada penelitian ini dibahas mengenai sosok dan posisi perempuan yang selalu digambarkan dalam iklan judi *online* yang ada di media sosial instagram.

Masalah penelitian ini adanya komodifikasi tubuh perempuan dalam iklan judi *online* di instagram. Tubuh perempuan dieksploitasi sebagai alat bisnis untuk mempromosikan iklan judi *online*. Hal ini menunjukkan adanya diskriminasi, pelecehan, dan bias gender terhadap perempuan. Tubuh perempuan digunakan sebagai objek semata-mata untuk menarik pria bermain judi *online*.

1. Analisi Wacana Kritis Sara Mills

Dalam Analisis Wacana Kritis Sara Mills, diskusi tentang feminisme berfokus pada bagaimana wanita ditampilkan dalam berbagai media, seperti novel, foto, dan gambar. Konsep inti dari analisis Mills lebih berkaitan dengan cara aktor digambarkan dalam teks. Subjek dan objek penceritaan akan dipengaruhi oleh posisi-posisi ini, yang akan menentukan struktur teks dan bagaimana makna diperlakukan dalam teks secara keseluruhan. Selain itu, perhatian juga diberikan pada cara teks menampilkan pembaca dan penulis. Bagaimana pembaca berinteraksi dengan teks.

Ada dua konsep dasar yang diperhatikan:

1. Posisi Subjek-Objek

Sara Mills lebih menekankan cara teks menempatkan berbagai aktor sosial, ide, dan peristiwa. Pada akhirnya, posisi-posisi ini menentukan bentuk teks yang dibaca khalayak. Posisi-posisi ini dalam arti siapa yang menjadi subjek penceritaan dan siapa yang menjadi objek penceritaan. Apakah setiap aktor memiliki kesempatan untuk menampilkan dirinya sendiri atau kelompok lain.

2. Posisi Pembaca

Bagaimana pembaca diposisikan dalam teks Menurut Mills, membangun suatu model yang menghubungkan antara teks dan penulis di satu sisi dan pembaca di sisi lain memiliki banyak keuntungan bagi pembaca karena mereka tidak hanya menerima teks tetapi juga berpartisipasi dalam transaksi yang akan terjadi dalam teks. Pertama, model jenis ini akan memeriksa teks secara menyeluruh, melihat baik faktor produksi maupun persepsi. Kedua, peran pembaca di sini sangat penting. Ini disebabkan oleh fakta bahwa teks ditujukan untuk

khalayak secara langsung atau tidak "berkomunikasi" dengan mereka; pemakaian kata ganti seperti "saya," "anda," "kami," dan "kita" jelas membuat pembaca menjadi bagian penting dari teks secara keseluruhan.

Mills berpendapat bahwa posisi pembaca sangat penting dan harus dipertimbangkan dalam teks. Dia berpendapat bahwa model ini memiliki dua keuntungan: pertama, itu melihat teks dari perspektif yang lebih luas, melibatkan bukan hanya faktor produksi tetapi juga persepsi, dan kedua, posisi pembaca ditempatkan di tempat yang penting dalam teks. Ini disebabkan fakta bahwa teks ditunjukkan untuk secara langsung atau tidak "berkomunikasi" dengan khalayak. Mills menekankan gender dan pemosisian pembaca. Banyak kali, laki-laki dan wanita bertindak dengan cara yang berbeda ketika mereka membaca suatu teks. Mereka juga berbeda dalam menempatkan diri mereka dalam konteks teks tersebut.

2. Feminisme Eksistensialis

Feminisme ini sangat mendukung perempuan untuk memiliki kebebasan untuk menentukan tempat mereka di dunia ini. Selain itu, aliran ini mendorong perempuan untuk menjadikan dirinya sebagai subjek yang diinginkan, alih-alih menjadi objek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan iklan *online* di media sosial instagram merupakan langkah terbaik bagi para pelaku bisnis tersebut, karena mengingat bahwa judi merupakan tindakan ilegal di Indonesia. Dengan adanya media sosial para pelaku bisnis bebas mengiklankan produknya, karena kebebasan tersebut dan tidak adanya peraturan para pelaku bisnis judi *online* banyak menggunakan perempuan sebagai objek komodifikasi.

Tubuh perempuan dieksploitasi sebagai alat bisnis dalam mempromosikan iklan judi *online*. Tubuh perempuan lebih ditonjolkan dalam iklan judi *online* padahal tidak ada hubungannya dalam isi pesan itu sendiri. Perempuan memang mempunyai daya tarik sendiri yang kuat dalam menarik perhatian khalayak. bukan hanya khalayak laki-laki saja tetapi juga sesama perempuan. Iklan-iklan ini menunjukkan, perempuan masih dijadikan sebagai "alat" untuk menarik perhatian khalayak. Terutama pada iklan judi *online* mengingat para pemain judi *online* lebih dominan laki-laki.

Keempat sample iklan judi *online* diatas menunjukan bahwa perempuan banyak diposisikan sebagai subjek (tokoh atau lakon dalam komodifikasi iklan) dan ada kalanya diposisikan sebagai objek. Jika dipandang dari teori feminisme eksistensialis hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa, dimana perempuan menginginkan dirinya menjadi subjek yang diinginkan. Perempuan dibentuk oleh pelaku bisnis judi *online* dengan alih-alih membebaskan dirinya menjadi subjek yang diinginkan padahal perempuan tetap menjadi objek diinginkan para pelaku bisnis judi *online*. Perempuan tidak menyadari bahwa sudah dijadikan objek dalam iklan judi *online* tersebut.

4.SIMPULAN

Bahwa perempuan sering ditampilkan sebagai subjek, tokoh yang menceritakan dirinya sendiri sebagai subjek untuk menarik penonton. Hal ini ditunjukkan dengan memperlihatkan bagaimana tubuh perempuan digunakan sebagai objek semata-mata untuk menarik minat pria dalam bermain judi *online*. Konsep tubuh perempuan dalam komodifikasi merupakan gejala yang sering kita temui dalam iklan, tubuh perempuan diumpamakan sebagai salah satu komodifikasi yang memiliki nilai jual. Sebagai komoditas, tubuh yang dapat dikonversikan adalah konsep tubuh dan modal fisik, yang dimana dapat dikonversikan menjadi modal ekonomi, budaya dan sosial. Tubuh yang berhias diumpamakan sebagai komoditas yang dapat meningkat nilai jualnya.

Para pelaku bisnis judi *online* menggunakan tubuh perempuan sebagai objek komodifikasi dan lebih menonjolkan sisi sensualitas perempuan sebagai alat untuk meraup keuntungan. Penggunaan perempuan sebagai objek dalam iklan judi *online* merupakan ajakan dari pihak situs judi *online* untuk mendapatkan kesenangan dari apa yang telah mereka tawarkan dan penggunaan perempuan sebagai objek dalam iklan judi *online* juga masih sering digunakan untuk menarik perhatian lawan jenis.

5.DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian (Suatu pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna, (2006), *Kajian Budaya Feminis Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*, Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Hadji, R., Nurdin, N., & Ismail, L. (2020). *Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl Di Mall Ratu Indah Makassar)*. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 44-55.
- Syamsudin. (2006). *Eksplorasi Wanita dalam Perspektif Kapitalis*. E-jurnal Egalita. 1 (2): 20-40.
- Skinner, T., Hester, M., Malos, E. (Eds.). (2013). *Reserching gender violence*. Routledge.