



Wacana Tubuh Di Media Sosial Instagram: Studi Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim

Ningsih Anita

UIN Raden Intan Lampung

anitaningsih2000@gmail.com

Fauzan Fauzan

UIN Raden Intan Lampung

fauzan@radenintan.ac.id

Melva Veronika Lisari

Universitas Riau

veronika2020@gmail.com

Abstract; *This research aims to examine body problems that are often displayed on social media. where the body should not be for public consumption or spectacle, should not be changed and modified properly so that it becomes a discourse on Instagram social media. This research wants to examine how people's discourse and knowledge about the body on Instagram social media. This research is a type of library research, with the nature of the research being a deductive qualitative method in the field of philosophy with Karl Mannheim's sociology of knowledge approach. In this research it was found that first; body discourse on Instagram social media is produced by the capitalist system. Second; Public knowledge based on*

objective meaning is always characterized by physical beauty, white skin, sexy body, long hair, and being able to attract attention. Expensive meaning, tattoos in modern culture or popular culture have become art which is actually presented as aesthetic beauty. Based on the meaning of the documentary, there are three forms of discourse that are discussed regarding the body, namely, the discourse on the commodification of women's bodies (capitalist system) which includes, the body being used as an advertising model and product icon, women's bodies being exploited as well as discourse on the objectification of women's sexuality, and the discourse on tattoos and body modification.

Keywords: *Body discourse; Instagram; Social Media.*

Abstrak; *Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji problematika tubuh yang sering dipertontonkan pada media social. dimana tubuh yang tidak seharusnya menjadi konsumsi atau tontonan publik, tidak seharusnya dirubah dan dimodifikasi sebagaimana mestinya sehingga menjadi wacana dalam media sosial instagram. Penelitian ini ingin mengkaji bagaimana wacana dan pengetahuan masyarakat tentang tubuh di media sosial Instagram. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (Library Research), dengan sifat penelitian berupa metode kualitatif deduktif pada bidang filsafat dengan pendekatan sosiologi pengetahuan Karl Mannheim. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pertama; wacana tubuh di media sosial instagram di produksi oleh sistem kapitalisme Kedua; pengetahuan masyarakat berdasarkan makna **objektif** selalu ditandai dengan kecantikan fisik, berkulit putih, bertubuh seksi, rambut panjang, dan dapat menarik perhatian. makna **ekspensive**, tato dalam budaya modern atau budaya populer menjadi seni yang justru ditampilkan sebagai estetika keindahan. Berdasarkan makna*

dokumenter, terdapat tiga bentuk wacana yang diperbincangkan terkait tubuh yaitu, wacana komodifikasi tubuh perempuan (sistem kapitalis) yang meliputi, tubuh dijadikan sebagai model iklan dan icon produk, tubuh perempuan dieksploitasi serta wacana tubuh objektifikasi seksualitas perempuan, dan wacana tato dan modifikasi tubuh.

Kata Kunci: *Instagram; Media Sosial; Wacana Tubuh.*

A. Pendahuluan

Tubuh selalu dipandang berbeda dalam setiap zaman. Sepanjang sejarah, diskursus atas tubuh selalu berkembang dan memunculkan suatu gagasan baru.¹ Dari segi sejarah, kajian mengenai tubuh mendatangi pasang surut berbarengan dengan berputarnya waktu. Tubuh dimaknai bukan cuma semata-mata sebuah wujud saja, yang tidak mampu dilihat, melainkan semacam buatan bangunan umum yang rutin dan terus bergantian beserta paradigma masyarakat serta waktu-waktu khusus. Sejauh historisitas perkembangan umat manusia, tubuh senantiasa diperdebatkan dengan akal dan jiwa sebagai dasar yang lebih dahulu ada pada setiap manusia. Sejak masa Yunani Kuno sampai saat ini, permasalahan tempo lalu senantiasa berjalan tanpa adanya kesimpulan.² Mengenai tubuh, kita selalu dibingungkan dalam dualitas subjek dan objek, hal ini terusmenerus berlanjut bahkan dalam pemikiran postmodern.³ Tubuh merupakan bagian dari eksistensi manusia, karena tubuh yang membuat manusia berwujud di alam ini. Melalui tubuh, manusia ada sebagai makhluk

¹ Gusti Arya Putra, "Fenomenologi Tubuh Maurice Merleau-Ponty: Aku Adalah Tubuhku Dan Tubuhku Adalah Aku," LSF Discourse, 2021, <https://lsfdiscourse.org/phenomenologi-tubuh-maurice-merleau-ponty-aku-adalah-tubuhku-dan-tubuhku-adalah-aku>.

² Medhy Hidayat, "Menelisik Tubuh," Medyhidayat.com, 2015, <http://medyhidayat.com/menelisik-tubuh/>.

³ Gusti Arya Putra, "Fenomenologi Tubuh Maurice Merleau-Ponty: Aku Adalah Tubuhku Dan Tubuhku Adalah Aku."

spasio temporal, ia menduduki ruang dan waktu. Sebagai makhluk spasio temporal ia mempunyai susunan dasar khusus, merdeka dan bisa disadap melalui panca indera. Berbarengan dengan jiwa, ia membentuk keseluruhan substansi yang dikatakan dengan manusia.⁴ Tubuh ialah fondasi umum atau awal bagi berjalannya eksistensi manusia dalam alam semesta. Manusia mengadakan sekaligus diadakan oleh dunia, menyebabkan namun kerap disebabkan juga oleh dunia, serta mengartikan bahkan diartikan oleh dunia. Inilah gambaran tubuh sebagai relativitas dalam dunia.⁵

Tubuh sudah dikelompokkan dari satu kesatuan menjadi empat yang pembagian, yang terdiri atas dua badan terdalam, otak dan mekanisme biologis, dua badan luar, kekuatan persepsi dan kekuatan motorik. Spesifiknya empat komponen tubuh ini bisa saja membuat kita untuk dapat memandang tubuh sebagai peristiwa ambigu. Komponen pertama ialah proyeksi sisi luar kepala, yang merubuhkan indera dan pemahaman manusia. Komponen tubuh ini sudah dipahami oleh ahli fisiologi dan psikolog, komponen kedua ialah fokus pada sisi dalam kepala, yaitu pada akal dan intelektual. Komponen tubuh ini direnungi oleh para filsuf di daerah utama serta juga oleh psikolog kognitif.⁶ Dengan itu, tubuh menjadi komponen pertama sebab pada tubuh tersebut panca indera dari manusia dapat diperoleh. Dalam memahami dunia, manusia menangkap beberapa fenomena yang ada melalui panca inderanya.⁷ Berkat tubuh, manusia mampu menyatakan hidupnya.⁸

⁴ Hendrikus Endar Suhendar, "Esensi Tubuh: Tinjauan Filosofis," *Pusat Kajian Humaniora, Fakultas Filsafat*, n.d., 1.

⁵ Kurniawan, "Masokhisme Dalam Perspektif Fenomenologi Tubuh-Subjek Merleau-Ponty (Masochism from the Perspective of Merleau- Ponty ' s Phenomenology of Body-Subject)," *Mozaik Humaniora* 19, no. 1 (2019), file:///C:/Users/yhani/Downloads/7153-21178-2-PB (1).pdf.

⁶ Christer Bjurvill, "The Philosophy of the Body," *Husserlian Phenomenology in a New Key XXXV* (1991): 317–33, https://doi.org/10.1007/978-94-011-3450-7_23.

⁷ Ali Mursyid Azisi, "Maurice Merleau-Ponty and the Results of His Thoughts," *JURNAL YAQZHAN: Analisis Filsafat, Agama Dan Kemanusiaan* 6, no. 2 (2020): 190, <https://doi.org/10.24235/jy.v6i2.7153>.

⁸ Hasan Saifuddin, "Filsafat Mengenai Tubuh Dan Jiwa Manusia," *Academia.edu*, n.d.,

Tentu saja untuk menjadi otentik, orang harus menghargai dan memahami tubuhnya.⁹ Dalam kehidupan manusia, tubuh seringkali dihadapkan dengan persoalan identitas dan gender. Permasalahan ini seringkali muncul ketika tubuh dihadapkan dengan persoalan sosial, hal ini merupakan hubungan antara tubuh dengan objek di luarnya.¹⁰ Tubuh yang ada adalah milik setiap individu atau pribadi, bukan milik suatu kelompok atau publik, karena pemiliknya berhak mengatur dan memelihara tubuh dan bukan orang lain. Namun, tidak demikian, saat ini banyak orang yang mengkhawatirkan kekuatan tubuh. Seluruh tubuh manusia, khususnya wanita, telah menjelma menjadi objek, atau dengan kata lain tubuh yang harus dipatuhi adalah tubuh yang tunduk, terkontrol, terbatas dan bebas, kekuasaan atas tubuh, kemudian dijadikan sebagai salah satu peluang. Dalam ekonomi politik kapitalis dan penguasa. Semuanya begitu terkendali tanpa disadari.¹¹

Dari wacana tubuh tersebut diatas, tentunya kita sebagai manusia sudah diberi (*given*) dan dikodratkan untuk memiliki berbagai macam bentuk tubuh, fisik, sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, kita tidak bisa menolak apa yang telah diberikan dan dikodratkan tuhan untuk kita sebagai manusia. Namun, berangkat dari hal itu, tubuh yang menjadi jati diri masing-masing manusia menjadi salah satu konteks yang diperdebatkan. Tubuh yang semestinya mengantarkan pemiliknya pada ketakjuban eksistensial (*insane ahsan taqwim*), lebih mengenal penciptanya. Justru yang terjadi adalah pengingkaran, bahkan mungkin pengkhianatan atas tubuh. Yang mana tubuh yang tidak seharusnya menjadi konsumsi

https://www.academia.edu/35554121/Filsafat_Mengenai_Tubuh_Dan_Jiwa_Manusia_Oleh_Hasan_Saifudin.

⁹ Robertus Suraji, "Membangun Teologi Tubuh Dari Bawah," *Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 2 2 (2018): 132.

¹⁰ Taufiq Panji Wisesa, Teddy Moh Darajat, and Ismail Alif Siregar, "Melihat Keramik : Mengungkap Persoalan Tubuh Dan Jiwa," *Ideology* 2, no. 1 (2017).

¹¹ Endang Kusniati, "Tubuh Perempuan Yang Dipatuhkan," *Wacana Feminis*, 2016, <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/tubuh-perempuan-yang-dipatuhkan>.

atau tontontan publik, tidak seharusnya untuk di tato dan di modifikasi sebagaimana mestinya, justru menjadi fenomena yang sangat tidak asing dalam kehidupan di era modern sekarang ini. Manusia dengan sangat percaya dirinya mengeksplor, mengubah bentuk, memamerkan, tubuhnya dan memposting didalam media sosial. Dalam hal ini, manusia yang memamerkan, mengekspose tubuhnya di media sosial tentu menjatuhkan nilai dan martabat dirinya sendiri sebagai manusia hanya untuk kepentingan publik. Fenomena tersebut terjadi secara langsung ataupun tidak langsung melalui media sosial khususnya didalam media sosial instagram yang paling banyak dan sering terjadi.

Penelitian ini ingin mengetahui bahwa seberapa jauh perbincangan terkait tubuh manusia yang terjadi di media sosial: studi pada instagram. Dengan menggunakan kerangka teoritis sosiologi pengetahuan Karl Mannheim. Penelitian ini sangat penting dan aktual, karena pada kenyataannya, diskusi terkait wacana tubuh manusia yang berhubungan dengan fisik, *body*, di media sosial instagram masih hangat dan ramai di perbincangkan sampai saat ini. Oleh karena itu, telaah terkait teori sosiologi pengetahuan yang digunakan untuk melihat pengetahuan masyarakat terkait tubuh di media sosial instagram, dalam ruang lingkup kefilosofatan masih diperlukan untuk mengatasi fenomena-fenomena yang hadir dalam era modernisasi seperti sekarang ini.

Belum banyak yang membahas tentang tema semacam ini, hanya saja ada tema yang berjudul “Sosiologi Pengetahuan: Telaah Atas Pemikiran Karl Mannheim” yang ditulis oleh Hamka Hamka. Dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Sumbangan terpenting dari pemikiran Mannheim adalah bahwa tak ada pengetahuan yang lahir dari ruang hampa, melainkan ia dikonstruksioleh situasi sosial yang mengitarinya. Oleh karena itu, usaha untuk memahami pemikiran seorang tokoh tidak akan pernah sempurna tanpa memahami latar belakang sosial yang berada di balik pemikiran tersebut.¹² Tema yang berjudul “Makna Tato Dalam Tradisi Budaya Populer. Yang ditulis oleh Akhmad Yani Surachman, Didi Nurdiansyah. Hasil penelitian menunjukkan

¹² Hamka, “Sosiologi Pengetahuan: Telaah Atas Pemikiran Karl Mannheim,” *Socale: Journal of Pedagogy* 3, no. 1 (2020).

bahwa ada beberapa makna tato bagi komunitas Kenttato yaitu tato sebagai trend, tato sebagai tanda di komunitas Kenttato, dan tato sebagai gaya hidup. Selain itu tato sebagai identitas diri, yaitu ketika simbol-simbol tato yang melekat di tubuh, dijadikan sebagai simbol-simbol yang menjelaskan siapa diri mereka, apa yang mereka senangi, dan berbagai identitas diri lainnya yang bisa tersimbolkan melalui tato yang mereka buat.¹³ Dari dua penelitian tersebut, belum terdapat kesamaan pada penelitian yang akan peneliti kaji.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perbincangan tentang tubuh di media sosial instagram, dan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan masyarakat tentang tubuh di media sosial instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif-deduktif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Sedangkan deduktif merupakan suatu metode pendekatan yang penyusunannya dilakukan secara umum ke khusus. Analisis penelitian menggunakan metode *analys content*, metode deskriptif dan metode interpretasi. Metode *analys content* adalah metode yang digunakan untuk menganalisis isi dari sebuah buku kemudian membandingkan data yang satu dengan yang lainnya, lalu diinterpretasikan dan akhirnya diberikan kesimpulan. Metode deskriptif adalah pemaparan dan penafsiran terhadap data yang terkumpul, baik berupa objek-objek, kasus-kasus maupun situasi yang dialami. Selanjutnya akan disajikan dalam bentuk deskriptif secara rinci. Metode interpretasi diartikan juga sebagai metode menafsirkan, memberikan penafsiran-penafsiran yang signifikan terhadap sesuatu yang akan diteliti. Metode interpretasi dalam penelitian ini adalah menjelaskan, dan mengartikan maksud dari wacana tubuh di media sosial studi pada instagram yang berhubungan dengan fisik (tubuh), sikap, dan lain sebagainya yang berhubungan dan berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian.

¹³ Akhmad Yani Surachman, Didy Nurdiansyah. "Makna Tato Dalam Tradisi Budaya Populer." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. April (2020) IIJTP, Volume 5, No. 1, Juni 2023

B. Gambaran umum tentang Tubuh

1. Pengertian Tubuh

Tubuh adalah bagian eksistensi manusia. Karena tubuh yang menjadikan manusia berada di dunia ini. Manusia menjadi makhluk spasio temporal bersama dengan tubuhnya. Ia menempati ruang dan waktu, memiliki bentuk fisik tertentu, sangat besar, dan dapat dilihat dengan panca indera. Bersama dengan jiwa ia membentuk satu kesatuan substansi yang disebut dengan manusia.¹⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tubuh diartikan sebagai keseluruhan jasad manusia atau binatang yang kelihatan dari bagian ujung kaki sampai ujung rambut. Dalam *Oxford English Dictionary*, tubuh dimaknai sebagai kerangka, struktur fisik, material manusia atau hewan, seluruh organisme material ini dilihat sebagai entitas organik.¹⁵ Tubuh memiliki dualitas sebagai subjek sekaligus sebagai objek. Misalnya antara memegang dan dipegang, yang bisa terjadi dalam waktu kurun waktu yang sama. Atau ada pengalaman ganda yang bersamaan bisa dimiliki. Maka tubuh sangat berperan penting, bukan akal budi saja dalam proses refleksinya, namun partisipasi atau keterlibatan dalam relasi dengan alam sekitarnya.¹⁶

a. Karakteristik Tubuh

Tubuh manusia, seperti halnya juga binatang menempati sebuah tempat didunia. Tubuh manusia memerlukan tempat dan ruang untuk keberadaannya. Tubuh memiliki bentuk material tertentu yang dapat dilihat, disentuh, dirasakan dan dapat diukur, karena tubuh manusia memiliki kepadatan, bentuk, isi yang

¹⁴ Hendrikus Endar Suhendar, "Esensi Tubuh: Tinjauan Filosofis."

¹⁵ Silmi Novita Nurman, "Belajar Memaknai Tubuh Dari Para Filsuf," Kompasiana, 2020, <https://www.kompasiana.com/silminovitanurman6732/5fe20667d541df2d7e5b5552/belajar-memaknai-tubuh-dari-para-filsuf>.

¹⁶ Apollo, "Filsafat Tubuh Manusia: Merleau Ponty," Kompasiana, 2018, <https://www.kompasiana.com/balawadaya/5b101fdbab12ae121027e672/filsafat-tubuh-manusia-merleau-ponty>.

memungkinkan pengukuran, oleh karena itu dapat diserap oleh panca indera. Tubuh manusia berwujud dengan bentuk tertentu, bukan sesuatu yang rohaniah oleh karena itu tubuh manusia dapat dilihat. Tubuh manusia juga dilengkapi dengan system penggerak yang memungkinkan untuk berpindah dan bereaksi terhadap apa yang melawan dan menariknya. Seperti halnya tubuh hewani, tubuh manusia memiliki panca indera yang berfungsi dan digunakan untuk melihat, meraba, mencium, dan mengecap. Dengan panca indera, tubuh memungkinkan dirinya menyadari berada di lingkungan yang dapat bereaksi dan beraksi secara afektif. Dalam setiap aktivitas, baik yang berhubungan dengan dirinya ataupun dengan lingkungan sekitarnya, panca indera memiliki peranan yang sangat penting.¹⁷ Tubuh manusia juga memiliki sistem penggerak yang memungkinkannya bergerak sebagai respons terhadap hal-hal yang menentang atau menariknya. Sistem penggerak ini juga memiliki hewan yang dianggap unggul.¹⁸

b. Peran dan Fungsi Tubuh

Peran dan fungsi tubuh seyogyanya merupakan bentuk untuk mengatasi dan mengadanya tubuh dari manusia oleh lingkungannya. Tubuh merupakan subjek bagi manusia berfungsi sebagai skema tubuh, yaitu kumpulan disposisi yang bersifat langsung. Yang mengarahkan serta memberikan informasi kepada aktivitas motorik manusia. Maka persepsi berakar pada tubuh, dan persepsi manusia terbentuk melalui skema tubuh. Tubuh dan persepsilah yang membentuk gambaran manusia tentang dunia sebagaimana dipersepsikan olehnya.¹⁹ Tubuh sebagai suatu potensi penyadar bagi manusia bahwa hakikatnya manusia berada di dunia. Sementara itu, fungsi tubuh selanjutnya yaitu sebagai wujud yang mematuhi segenap struktur-struktur yang ada.

¹⁷ Hendrikus Endar Suhendar, "Esensi Tubuh: Tinjauan Filosofis."

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Reza A.A Wattimena, "Tubuh Yang Mendunia: Sebuah Refleksi Filsafat Tubuh," Rumah Filsafat, 2009, <https://rumahfilsafat.com/2009/12/20/tubuh-yang-mendunia-sebuah-refleksi-filsafat-tubuh/>.

C. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram merupakan media sosial berbasis gambar yang menyediakan layanan *online* untuk berbagi foto dan video. Instagram lahir dari pemahaman fungsionalitas keseluruhan dari aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera Polaroid, lebih dikenal sebagai "fotografi instan". Kita juga dapat melihat foto dari instagram dan lainnya secara instan. Kata "gram" berasal dari kata "telegram", yang digunakan untuk mengirim informasi dengan cepat ke orang lain. Instagram juga memungkinkan untuk mengunggah foto di Internet, sehingga dapat segera menerima informasi dari sesuatu yang telah di posting. Jadi instagram adalah kepanjangan dari Instan dan Telegram.²⁰ Aplikasi instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke feed mereka, mengeditnya dengan berbagai filter, dan mengaturnya berdasarkan tag dan lokasi. Unggahan dapat dibuat publik atau dibagikan dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Pengguna dapat mencari konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi, dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto dan mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka sendiri ke beranda.²¹ Instagram juga dapat menginspirasi penggunaannya dan meningkatkan kreativitas mereka karena Instagram memiliki fitur yang membuat foto lebih indah, artistik, dan lebih baik.²²

Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat mendapatkan popularitas, dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta dalam setahun dan akhirnya 800 juta pada September 2017. Pada April 2012, Facebook memperoleh keuntungan sekitar US 1 miliar dolar hingga Oktober

²⁰ A.G Fallis, "Fungsi Lain Instagram Selain Sebagai Alat Berkomunikasi," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): hal. 43.

²¹ Ibid.

²² Anwar Sidiq, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)," *Skripsi* 110, no. 9 (2017): 18, http://repository.radenintan.ac.id/2201/3/BAB_II.pdf.

2015, lebih dari 40 miliar foto telah diunggah ke layanan. Instagram dapat digunakan pada *smartphone*, *iPhone*, *iPad* atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi *iOS* 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (*Froyo*) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.²³

b. Fungsi Instagram

Bagi para pengguna pada umumnya mungkin menganggap bahwa fungsi Instagram hanya sebatas interaksi sosial, melakukan share foto dan video serta meningkatkan popularitas dengan banyaknya teman atau followers. Hal itu memang benar adanya namun fungsi Instagram secara luas lebih dari itu saja. Kecermatan serta pemahaman yang dimiliki pengguna juga menjadi hal yang penting agar dapat memanfaatkan setiap aplikasi secara keseluruhan. Dibawah ini kami akan menjelaskan fungsi – fungsi dari Instagram:

1. Berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya

Tentu saja, ini adalah fungsi utama dari aplikasi media sosial apa pun. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa Anda dapat melakukan interaksi khusus Instagram melalui berbagi foto dan video serta pesan langsung. Kini hadir pula fitur *live recording*, atau biasa disebut *Insta Story*, dimana perekam video merekam aktivitas melalui *live video*.

2. Rekomendasi Tempat Hiburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar foto dan video yang dibagikan di Instagram menyampaikan informasi dan keindahan destinasi wisata. Kita semua ingin mengambil foto dan video liburan dan perjalanan liburan kita dan membagikannya di Instagram. Bagi teman-teman dan pengguna lainnya, hal ini tentu menjadi keuntungan karena mereka dapat menemukan keindahan tempat wisata tanpa harus mencari di internet.

3. Mencari dan Berbagi Info Ilmu Pengetahuan

²³ Fallis, “Fungsi Lain Instagram Selain Sebagai Alat Berkomunikasi.”
IJITP, Volume 5, No. 1, Juni 2023

Tentu saja, di antara sekian banyak pengguna Instagram, Anda dapat menemukan akun non-personal/pribadi yang aktif berbagi informasi dan pengetahuan di bidang tertentu, termasuk akun yang membagikan informasi geografis, unik, atau mistis. Anda juga dapat menggunakan video untuk berbagi tutorial, meskipun waktu Anda terbatas. Tentu saja, ini bisa menjadi nilai positif dalam menggunakan Instagram itu sendiri.

4. Sebagai Sarana Pemasaran (*Marketing Online*)

Di era modern sekarang ini, banyak para pelaku bisnis dan penjual produk/jasa sudah mulai menggunakan pemasaran online (*marketing online*). Anda tidak hanya dapat menggunakan situs *web* resmi tetapi juga SNS. Dan seiring semakin populernya Instagram, tentunya menawarkan keunggulan tersendiri ketika produk dan jasa dijual di sini. Selain itu, ia memiliki fungsi posting foto yang dapat menggambarkan dengan jelas produk yang akan ditawarkan.²⁴

D. Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim

Mengetahui kembali bagaimana pengetahuan masyarakat tentang tubuh. Sebagaimana yang telah ditampilkan pada media instagram, penelitian ini menggunakan teori seorang sosiolog yaitu Karl Mannheim. Karl Mannheim disebut sebagai pencetus teori sosiologi pengetahuan. Sosiologi pengetahuan merupakan salah satu cabang sosiologi yang berusaha menganalisis kaitan antara pengetahuan dengan realitas sosial, serta berupaya menelusuri bentuk-bentuk yang diambil yang berkaitan dengan perkembangan intelektual manusia.²⁵ Secara konseptual sosiologi pengetahuan muncul sebagai respon terhadap realitas ilmu-ilmu sosial yang mengadopsi ilmu-ilmu alam baik dalam teori, metodologi maupun

²⁴ Hermawan Riyadi, "Pengertian Instagram Beserta Sejarah Dan Fungsi Instagram Yang Wajib Diketahui Pengguna Internet," nesabamedia, 2022, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>.

²⁵ D. Nurwahidah, "Resepsi Atlet Badminton Terhadap Tahfidz Qur'an (Studi Kasus Di Waroeng Tahfidz-Qu Di Yogyakarta)," *Digilib.Uin-Suka.Ac.Id*, 2017, http://digilib.uin-suka.ac.id/29579/1/13530049_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf.

epistemologi. Sekitar paruh kedua abad ke-19 dan paruh pertama abad ke-20, ilmu-ilmu alam melalui metodologi ilmiahnya mencapai puncak prestasinya. Namun demikian respon atas dominasi ilmu-ilmu alam ini sesungguhnya tidak hanya dilakukan oleh Max Scheler, Karl Mannheim dan lainnya yang melahirkan sosiologi pengetahuan, melainkan sebelumnya, dalam sejarah pemikiran ilmu-ilmu sosial di Jerman, telah dilakukan oleh banyak pemikir Jerman yang dikenal dengan Perdebatan Tentang Metode (*methodenstreit*). Dari perdebatan ini kemudian menghasilkan perbedaan pendekatan (metodologi) antara ilmu-ilmu alam dan sosial-budaya. Bagi ilmu-ilmu sosial budaya dikenal dengan pendekatan *verstehen*, sedangkan untuk ilmu-ilmu alam dikenal dengan *erklaren*.²⁶

Sosiologi pengetahuan merupakan ilmu baru yang menjadi cabang dari sosiologi yang mempelajari hubungan timbal-balik antara pemikiran dan masyarakat. Sosiologi pengetahuan menaruh perhatian pada kondisi sosial atau eksistensial pengetahuan.²⁷ Sosiologi pengetahuan biasa juga disebut dengan sosioanalisa, yang secara operasional merupakan sebetulnya studi dokumenter biografi maupun autobiografi tokoh dengan memperhatikan keterkaitannya dengan berbagai teori atau pemikiran yang dicetuskannya kemudian.²⁸

Bagi Karl Mannheim, prinsip dasar pertama dalam sosiologi pengetahuan adalah tidak adanya cara berfikir (*mode of thought*) yang dapat dipahami jika asal-usul sosialnya belum diklarifikasi. Ide-ide dibangkitkan sebagai perjuangan rakyat dengan isu-isu penting dalam masyarakat mereka dan makna serta sumber ide-ide tersebut tidak bisa dipahami sebagaimana mestinya jika seseorang tidak mendapatkan penjelasan tentang dasar sosial mereka. Atas dasar demikian, ide-

²⁶ Abdulloh Hanif, "Tradisi Peringatan Haul Dalam Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Peter L. Berger," *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 13, no. 1 (2016): 50–51, <http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/dialogia/article/view/283>.

²⁷ Ibid.

²⁸ Hamka, "Sosiologi Pengetahuan: Telaah Atas Pemikiran Karl Mannheim," *Socale: Journal of Pedagogy* 3, no. 1 (2020): 79.

ide harus dipahami dalam hubungannya dengan masyarakat yang memproduksi dan menyatakan dalam kehidupan mereka. Karl Mannheim menyatakan bahwa tindakan manusia dibentuk oleh dua dimensi yaitu perilaku (*behaviour*) dan makna (*meaning*). Oleh karena itu, ketika memahami tindakan sosial, seorang ilmuwan harus mendalami dan mengkaji perilaku eksternal dan makna perilaku. Karl Mannheim membedakan antara tiga macam makna yang terkandung dalam tindakan sosial yaitu makna objektif, ekspensive dan dokumenter. Makna objektif adalah makna yang ditentukan oleh konteks sosial dimana tindakan itu berlangsung. Makna ekspensive adalah makna yang ditunjukkan oleh actor (perilaku tindakan), makna dokumenter yaitu makna yang tersirat atau tersembunyi sehingga aktor (perilaku suatu tindakan) tersebut, tidak sepenuhnya menyadari bahwa suatu aspek yang diekspresikan menunjukkan kepada kebudayaan secara keseluruhan.²⁹

E. Analisa Tubuh dalam Pandangan Karl Mannheim

Tubuh didefinisikan sebagai simbol alamiah.³⁰ Seluruh simbol dalam tubuh merupakan sesuatu yang disampaikan tetapi sekaligus yang disembunyikan. Karena itu pula maka dikatakan bahwa tubuh manusia yang awalnya adalah tubuh alami (*natural body*), kemudian beralih dan dibentuk menjadi tubuh sosial. Segala sesuatu melambangkan tubuh, dan tubuh merupakan simbol segala sesuatu. Tubuh terbelah menjadi *the self* (*individual body*) dan *the society* (*the body politics*). Tubuh sebagai fisik dibangun melalui praktek konsumsi. Tubuh tidak lagi menjadi natural setelah mengalami eksploitasi. Tubuh mengalami suatu eksploitasi sejak industri menjadi peradaban baru manusia pada era renaissans

²⁹ Oki Dwi Rahmanto, "Pembacaan Hizb Ghazâlî Di Pondok Pesantren Luqmaniyyah Yogyakarta Perspektif Teori Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim," *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 3, no. 1 (2020): 29–30, <https://doi.org/10.14421/lijid.v3i1.2189>.

³⁰ Pinky Saptandari, "Beberapa Pemikiran Tentang Perempuan Dalam Tubuh Dan Eksistensi," *Surabaya: BioKultur* 2, no. 1 (2013): 61, <http://journal.unair.ac.id/BK@beberapa-pemikiran-tentang-perempuan-dalam-article-6247-media-133-category-8.html>.

yang melahirkan modernitas. Tubuh tidak sepenuhnya otonom, tetapi di bawah satu kendali dan kontrol yang bersifat individual, spesifik dan terikat ruang dan waktu.³¹ Dalam hal ini, media massa maupun media sosial menjadi sektor yang paling berpengaruh terhadap pembentukan selera, hasrat dan gairah tubuh.³²

Dalam kenyataan kultur modern, tubuh sering dimaksudkan sebagai wadah atau dasar kebahagiaan duniawi. Kharisma tubuh yang cantik, menarik, dan sensual sering dihubungkan dengan hedonisme, kebahagiaan, dan tontonan yang menghadirkan konsep tubuh menjadi diri yang terlihat.³³ Tubuh ialah komponen paling kecil dari seluruh personal yang semestinya bebas. Akan tetapi bangunan akal masyarakat sudah mentransformasikan bentuk kebebasan ungkapan setiap tubuh.³⁴ Letak tubuh yang ada ialah kepunyaan bagi masing-masing personal ataupun individu, bukan kepunyaan suatu komunitas atau publik, sebab si pemilik tubuh tersebut yang mempunyai hak mengatur dan merawat tubuh dan bukan orang di luar dirinya. Akan tetapi tidak seperti itu, dewasa ini tidak sedikit orang yang mencemaskan energi tubuh. Setiap bagian tubuh manusia, utamanya tubuh perempuan, telah bertransformasi menjadi fenomena, bahwa tubuh mesti menuruti, tertunduk, terkontrol, terkekang dan bebas. Otoritas atas tubuh kemudian dijadikan peluang dalam perekonomian politis kapitalis dan otoriter. Seluruhnya sangat terkontrol tanpa disadari.³⁵

Wacana tubuh yang utama yaitu tubuh merangkap sebagai perdagangan kaum elit global, yang berisi tubuh digunakan sebagai gaya sponsor dan ikon produk, dan tubuh didayagunakan.

³¹ Iswandi Syahputra, "Membebaskan Tubuh Perempuan Dari Penjara Media," *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam* 15, no. 2 (2016): 160, <https://doi.org/10.14421/musawa.v15i2.1303>.

³² Ibid.

³³ Medhy Hidayat, "Menelisik Tubuh."

³⁴ Kurniawan, "Masokhisme Dalam Perspektif Fenomenologi Tubuh-Subjek Merleau-Ponty (Masochism from the Perspective of Merleau- Ponty ' s Phenomenology of Body-Subject)."

³⁵ Endang Kusniati, "Tubuh Perempuan Yang Dipatuhkan."

Dengan media instagram, tubuh digunakan sebagai perdagangan untuk memperkenalkan redaksi mengenai artian, imaji, pengaburan sebagai perangkat guna mengendalikan masyarakat. Perdagangan alam artian ini berarti gagasan-gagasan yang dengan teratur dan senantiasa berlangsung melumpuhkan perempuan. Perempuan dilihat bagai makhluk yang hanya mempunyai kemenarikan seksual yang mampu diperjualbelikan dan menjadi objek yang pantas dalam relasi ekonomi. Keindahan tubuh perempuan tak jarang diperalat oleh pemilik wadah (para elit global), dan perempuan digunakan sebagai ladang komersial yang begitu mengayakan para elit global.³⁶

Secara umum, elit global modern telah menjadikan perempuan sebagai material diskriminasi elit global. *Pertama*, perempuan dikontrol untuk dapat menjelma pekerja yang mempromosikan produk elit global. Perempuan melalui kemampuan fisik serta tatanan tubuhnya yang diperdaya guna memikat konsumen, yang palng utama lawan jenis. Mereka harus tampil memikat sebagai anggota sponsor yang hendak memperjual-belikan produk elit global untuk memasarkannya. *Kedua*, perempuan menjadi konsumtor yang selalu membutuhkan dan berkenan membeli segala apa yang dijual oleh para elit global. Kondisi ini terjadi sebab perempuan semakin membutuhkan produk-produk elit global yang mengklaim konsumen sebagai perempuan ideal dan berkharismatik tubuhnya, dapat pula sebab keharusan pekerjaan yang terus menerus mendorong supaya perempuan tampak menarik di hadapan umum.

Kondisi ini sesuai dengan pemikiran Karl Marx yaitu:

Elit Global menganggap semua produk itu dapat dimanfaatkan, artinya produk bernilai hanya ketika produk itu mempunyai komersialisasi dan dapat diperdagangkan dalam

³⁶ Abdillah Robith; Al-hadi and Nurul Hidayat, “Komodifikasi Tubuh Perempuan Di Instagram (Analisis Wacana Pada Endorser Perempuan Di Jember),” *E-Sospol* IV, no. 120910302037 (2017): 1–2, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/E-SOS/article/view/5603>.

aktivitas jual beli. Menurut Marx, tidak hanya produk, kemampuan kerja manusia juga dipandang sebagai produk eksploitasi.³⁷

Wacana tubuh perempuan dalam sistem kapitalisme tujuannya tidak hanya dijadikan sebagai pembaruan saja, melainkan tubuh digunakan sebagai gaya sponsor dan gambaran produk. Keberadaan perempuan dalam sponsor-sponsor tersebut seperti menjadi pikatan untuk memikat perhatian umum sebagai konsumtor, dan secara cuma-cuma didayagunakan oleh pensponsor.³⁸

Selain tubuh di komodifikasi oleh sistem kapitalis dan dijadikan sebagai objek iklan serta icon produk, tubuh perempuan juga dapat di eksploitasi karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi dalam dunia media. Pengekploitasian tubuh perempuan terjadi karena penggunaan model perempuan misalnya, hanya difokuskan pada bagian tubuh perempuan yang memiliki keindahan, kecantikan dan kemolekan.³⁹ Eksploitasi tubuh perempuan yang divisualisasikan dalam bentuk konten media seolah mengubahnya menjadi media pertukaran kepentingan pelaku industri, mengubahnya menjadi objek dan memberikan keterkaitan dalam bentuk rating, kepentingan industri, dan peningkatan penggunaan media sosial.⁴⁰

Wacana tubuh yang kedua yaitu objektifikasi seksualitas. Sejak awal peradaban, perempuan senantiasa menjadi objek, ditempatkan dalam posisi subordinat dan menjadi —alatl untuk memuaskan nafsu laki-laki. Hampir seluruh peradaban di dunia dibangun dalam sistem yang patriarkis, yang menempatkan

³⁷ Yuda Wiranata, “Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Tayangan Berita Olahraga,” *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)* 10, no. 1 (2019): 88, <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i1.6018>.

³⁸ Salsa Putri Nurbaiti, “Kuasa Media Dalam Mengekploitasi Tubuh Perempuan Di Industri Periklanan” 1, no. 1 (2021): 3.

³⁹ Robeet Thadi, “Citra Perempuan Dalam Media,” *Syi’ar* 14, no. 1 (2014): 30–31.

⁴⁰ Manggala Nayahi, “Objektifikasi Perempuan Oleh Media: Pembakuan Identitas Perempuan Dan Dominasi Kekuasaan Laki-Laki,” *Wacana Feminis*, 2015, <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/objektifikasi-perempuan-oleh-media-pembakuan-identitas-perempuan-dan-dominasi-kekuasaan-laki-laki>.

laki-laki sebagai sosok yang berkuasa atas perempuan, termasuk menempatkan perempuan sebagai objek seksual bagi laki-laki.⁴¹

Terdapat dua bentuk objektifikasi yang terdapat pada perempuan, yaitu objektifikasi internal dan eksternal. Objektifikasi internal merupakan objektifikasi diri yang bertujuan untuk merealisasikan pandangan hanya untuk dirinya sendiri. Sedangkan objektifikasi eksternal adalah objektifikasi seksual yang dilakukan oleh orang lain (laki-laki) kepada tubuh perempuan. Objektifikasi seksual memandang salah satu bagian tubuh perempuan sebagai objek untuk memuaskan hasrat seksual laki-laki.⁴²

Wacana tubuh yang ketiga yaitu tato dan modifikasi tubuh. Selain tubuh ditujukan untuk komodifikasi kapitalisme, sebagai model iklan dan icon produk, tubuh di eksploitasi dan tubuh dijadikan sebagai objektifikasi seksualitas, tubuh juga digunakan sebagai simbol untuk menyampaikan pesan yang memiliki nilai atau makna dan ekspresi diri.⁴³ Tato yang biasanya dibuat untuk tujuan tertentu digunakan sebagai simbol untuk menyampaikan pesan makna, sehingga tato bukanlah gambar tanpa makna, melainkan simbol yang melekat pada tubuh. Gambar tato yang hanya terlihat pada bentuknya menunjukkan apa yang ingin disampaikan pengguna kepada orang lain.⁴⁴ Tato menjadi suatu hal yang umum dan dapat dimiliki oleh semua orang dan tidak memandang adanya kelas sosial. Tato saat ini dijadikan sebagai gaya hidup bagi sebagian masyarakat.⁴⁵

⁴¹ Dewanto Samodro, "Objektifikasi Diri Perempuan Sebagai Dampak Budaya Patriarki," *Antarnews*, 2022, <https://www.antarnews.com/berita/2834437/objektifikasi-diri-perempuan-sebagai-dampak-budaya-patriarki>.

⁴² Griffin Angelina Tobing, "[OPINI] Objektifikasi Perempuan Di Media Sosial Instagram," *Idntimes.com*, 2022, <https://www.idntimes.com/opinion/social/griffin-angelina-tobing/opini-objektifikasi-perempuan-di-media-sosial-instagram-c1c2>.

⁴³ Pabali Musa Liberata Lin, Donatius BSEP, "Tato Sebagai Gaya Hidup Kaum Perempuan Perkotaan Tattoos As The Lifestyle Of Urban Women," *Jurnal Antropologi* 1, no. 2 (2020): 82–86.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*

Berdasarkan pemaparan diatas, perbincangan atas tubuh khususnya tubuh perempuan di media sosial instagram sampai saat ini masih marak dibahas dan diperbincangkan. Mulai dari pembahasan tubuh dijadikan sebagai komodifikasi kaum kapitalis, tubuh dijadikan sebagai model iklan dan icon produk, tubuh di eksploitasi, wacana objektifikasi seksualitas tubuh, serta wacana tubuh di modifikasi dan ditato. Hal ini terjadi karena dalam era globalisasi saat ini, masyarakat tidak lepas dari media sosial. Sedangkan didalam media sosial terdapat standar-standar keindahan tubuh yang ditampilkan hanya untuk menarik masyarakat agar mengikuti standar yang diciptakan oleh media tersebut. Hal ini menjadi keuntungan bagi sistem kapitalisme.

Media sosial memiliki peranan penting dalam menciptakan dan mempromosikan citra tubuh ideal yang kemudian dianut oleh masyarakat. Media memberikan informasi terkait apa yang disebut ideal bagi tubuh perempuan. Majalah, internet, televisi, buku, dan media sosial memperlihatkan tubuhtubuh ideal dalam pandangan yang serupa yaitu, langsing, tinggi, putih dan muda yang ditampilkan pada berbagai platform media sosial. Media sosial merupakan cerminan opini dari sebagian masyarakat, sehingga apa yang dimuat oleh media itulah yang dipercayai oleh masyarakat pada umumnya tanpa melihat apa yang sebenarnya terjadi. Masyarakat tentunya memiliki standar pengetahuan tersendiri terkait tubuh perempuan yang ditampilkan di berbagai platform media sosial khususnya media sosial instagram. Untuk melihat bagaimana pengetahuan masyarakat terkait tubuh perempuan, peneliti menggunakan teori sosial pengetahuan Karl Mannheim, yang dapat dilihat dari tiga sudut pandang yaitu makna objektif, makna ekspensive dan makna dokumenter.

Makna objektif merupakan makna yang ditentukan oleh konteks sosial dimana tindakan itu berlangsung. Adanya konteks sosial yang hadir dalam penelitian ini disebabkan oleh media sosial. Media berperan besar dalam membentuk stereotipe tentang kecantikan wajah dan tubuh. Menurut media, kecantikan selalu ditandai dengan penampilan fisik yang sangat menarik, yang diwujudkan dalam keindahan tubuh perempuan. Jika seorang perempuan cantik dan memiliki tubuh langsing dan seksi, maka

laki-laki akan memperebutkannya. Pengaruh media sosial semakin kuat, karena tokoh perempuan yang ditampilkan merupakan salah satu cara untuk memperkuat stereotipe yang sudah terbentuk dalam diri masyarakat. Oleh karena itu, media turut serta memperkuat, melestarikan, bahkan memperburuk ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat.⁴⁶ Masyarakat sudah terhegemoni bahwa perempuan itu hanya dijadikan sesuatu yang sifatnya komersil, bukan dilihat dari isi kepalanya melainkan dari pakaian dan bentuk tubuhnya. Pengetahuan masyarakat atas tubuh perempuan, dikatakan cantik apabila memiliki kulit putih, berambut lurus dan panjang, bertubuh langsing dan seksi, menggunakan busana mini atau busana yang mengikuti lekukan tubuh, karena hal tersebut dianggap pilihan paling ideal dalam kehidupan bermasyarakat. Media sosial sangat erat kaitannya dengan kehidupan kita, selalu menggambarkan perempuan sesuai dengan opini yang dibuat media tentang perempuan, tentang idealisme perempuan dan tentang kodratnya. Tanpa disadari, perempuan telah menjadi mangsa struktur indah yang dibuat oleh media dan antek-anteknya.⁴⁷

Makna ekspensive merupakan makna yang ditujukan oleh aktor atau perilaku tindakan. Tubuh bagi sebagian orang menjadi sarana ekspresi dan eksperimen yang nyata. Khususnya di Eropa, tato umumnya dipandang sebagai bentuk ekspresi dan kreativitas. Selain individualitas, tato juga menunjukkan bahwa pemiliknya adalah anggota kelompok masyarakat yang tertarik dengan body painting, tak heran jika tubuhnya dihiasi dengan tato, tindikan dan lain sebagainya. Tubuh dibentuk dan dikendalikan dalam kehidupan sosial, bahkan menjadi wadah bagi berbagai kepentingan sosial. Tato menjadi sebuah simbol dan aksesoris dalam mengekspresikan diri. Dalam kutipan Williams (1983) dalam budaya populer memiliki empat makna yaitu:

⁴⁶ Yusack Tri Nur Cholis Tasya Nurian Afifah, Azizah Wiladatur Rahma, "Eksplotasi Tubuh Wanita Dalam Iklan Dolce & Gabbana," *Jurnal Audiens* 1, no. 2 (2020): 172–73, <https://doi.org/10.18196/ja.12019>.

⁴⁷ Deby Ramadhani, "Peran Media Dalam Mengkonstruksikan Standar Kecantikan," Mentilinkite.com, 2021, <https://mentilinkite.com/peran-media-dalam-mengkonstruksikan-standar-kecantikan-2419/>.

- a. Tato disukai oleh semua orang, karena tato merupakan artefak budaya. oleh karena itu tato menjadi trend dan gaya.
- b. Sifat karya rendah diri, artinya dalam pengertian tato diartikan sebagai suatu hal budaya yang tidak lazim/tidak wajar untuk diterima, terutama dari sudut pandang agama.
- c. Karya yang dibuat untuk menyenangkan orang, artinya tato dalam budaya populer/modern sangat menyenangkan di kalangan penggunanya.
- d. Budaya yang dibuat masyarakat untuk dirinya sendiri, dalam hal ini tato merupakan produk budaya yang dibuat untuk mengubah gaya hidup pemakainya sesuai dengan keinginannya.⁴⁸

Makna dokumenter merupakan makna yang tersirat atau tersembunyi, sehingga aktor atau perilaku tindakan tersebut tidak sepenuhnya menyadari bahwa suatu aspek yang di ekspresikan menunjukkan kepada kebudayaan secara menyeluruh. Wacana tentang tubuh di media sosial pada instagram memuat beberapa wacana yaitu, komodifikasi tubuh (sistem kapitalis) yang terdiri dari tubuh dijadikan sebagai model iklan dan icon produk, tubuh di eksploitasi. Wacana tubuh objektifikasi seksualitas dan wacana terkait tubuh yang dimodifikasi dan di tato.

F. Penutup

Merujuk paparan-paparan yang telah peneliti uraikan sebelumnya, penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu: Wacana tubuh di media sosial instagram di produksi oleh sistem kapitalisme. Wacana tubuh ini lebih banyak melibatkan mayoritas wanita. Hal ini bisa absahkan melalui salah satu konten dan wacana tubuh di media sosial instagram yang memperlihatkan dan menautkan tubuh perempuan. Wacana tubuh itu semacam, tubuh perempuan digunakan sebagai koleksi kaum kapitalis, yang isinya memuat tubuh perempuan digunakan sebagai gaya sponsor dan

⁴⁸ Didy Nurdiansyah Akhmad Yani Surachman, "Makna Tato Dalam Tradisi Budaya Populer," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. April (2020): 61. IJITP, Volume 5, No. 1, Juni 2023

ikon produk, tubuh perempuan di komersiilkan. Wacana tubuh perempuan non-subjetifikasi sensualitas dan wacana tubuh ditato serta dimodifikasi. Lewat hal ini, masyarakat mempunyai kriteria pengetahuan masing-masing sehubungan dengan tubuh perempuan yang dipertontonkan di media sosial instagram. Berdasarkan pemaknaan secara objektif, merujuk pemahaman masyarakat kecantikan senantiasa disimbolkan dengan keindahan fisis, berkulit putih, bentuk tubuh seksi, berambut panjang dan mampu menarik perhatian. Oleh karena itu media mempertontonkan tubuh perempuan menggunakan stereotipe yang telah terpola dalam benak masyarakat. Merujuk pada makna ekspensive, tato dalam kultur modern atau budaya populer menjelma artistik yang justru dipertontonkan sebagai keindahan seni. Merujuk pada makna dokumenter, pada diri media sosial instagram memuat tiga pola wacana tubuh yang diperdebatkan ialah, wacana komodifikasi tubuh wanita (struktur kapitalis) yang terdiri atas, tubuh digunakan sebagai gaya sponsor dan ikon produk, tubuh perempuan di komersiilkan. Wacana tubuh perempuan non-subjetifikasi sensualitas dan wacana tubuh ditato serta dimodifikasi.

Daftar Rujukan

- Akhmad Yani Surachman, Didy Nurdiansyah. "Makna Tato Dalam Tradisi Budaya Populer." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. April (2020): 61.
- Al-hadi, Abdillah Robith;, and Nurul Hidayat. "Komodifikasi Tubuh Perempuan Di Instagram (Analisis Wacana Pada Endorser Perempuan Di Jember)." *E-Sospol* IV, no. 120910302037 (2017): 1–2.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/E-SOS/article/view/5603>.

- Anwar Sidiq. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)." *Skripsi* 110, no. 9 (2017): 18. http://repository.radenintan.ac.id/2201/3/BAB_II.pdf.
- Apollo. "Filsafat Tubuh Manusia: Merleau Ponty." Kompasiana, 2018. <https://www.kompasiana.com/balawadayu/5b101fdbab12ae121027e672/filsafat-tubuh-manusia-merleau-ponty>.
- Azisi, Ali Mursyid. "Maurice Merleau-Ponty and the Results of His Thoughts." *JURNAL YAQZHAN: Analisis Filsafat, Agama Dan Kemanusiaan* 6, no. 2 (2020): 190. <https://doi.org/10.24235/jy.v6i2.7153>.
- Bjurvill, Christer. "The Philosophy of the Body." *Husserlian Phenomenology in a New Key XXXV* (1991): 317–33. https://doi.org/10.1007/978-94-011-3450-7_23.
- D. Nurwahidah. "Resepsi Atlet Badminton Terhadap Tahfidz Qur'an(Studi Kasus Di Waroeng Tahfidz-Qu Di Yogyakarta)." *Digilib.Uin-Suka.Ac.Id*, 2017. http://digilib.uin-suka.ac.id/29579/1/13530049_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf.
- Deby Ramadhani. "Peran Media Dalam Mengkonstruksikan Standar Kecantikan." Mentilinkite.com, 2021. <https://mentilinkite.com/peran-media-dalam-mengkonstruksikan-standar-kecantikan-2419/>.
- Dewanto Samodro. "Objektifikasi Diri Perempuan Sebagai Dampak Budaya Patriarki." Antaranews, 2022. <https://www.antaranews.com/berita/2834437/objektifikasi-diri-perempuan-sebagai-dampak-budaya-patriarki>.
- Endang Kusniati. "Tubuh Perempuan Yang Dipatuhkan." *Wacana Feminis*, 2016. <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/tubuh-perempuan-yang-dipatuhkan>.
- Fallis, A.G. "Fungsi Lain Instagram Selain Sebagai Alat Berkomunikasi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): hal. 43.
- Grifin Angelina Tobing. "[OPINI] Objektifikasi Perempuan Di Media Sosial Instagram." *Idntimes.com*, 2022.

<https://www.idntimes.com/opinion/social/grifin-angelina-tobing/opini-objektifikasi-perempuan-di-media-sosial-instagram-c1c2>.

- Gusti Arya Putra. "Fenomenologi Tubuh Maurice Merleau-Ponty: Aku Adalah Tubuhku Dan Tubuhku Adalah Aku." *LSF Discourse*, 2021. <https://lsfdiscourse.org/fenomenologi-tubuh-maurice-merleau-ponty-aku-adalah-tubuhku-dan-tubuhku-adalah-aku>.
- Hamka. "Sosiologi Pengetahuan: Telaah Atas Pemikiran Karl Mannheim." *Socale: Journal of Pedagogy* 3, no. 1 (2020): 79.
- Hanif, Abdulloh. "Tradisi Peringatan Haul Dalam Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Peter L. Berger." *Dialogia: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 13, no. 1 (2016): 50–51. <http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/dialogia/article/view/283>.
- Hasan Saifuddin. "Filsafat Mengenai Tubuh Dan Jiwa Manusia." *Academia.edu*, n.d. https://www.academia.edu/35554121/Filsafat_Mengenai_Tubuh_Dan_Jiwa_Manusia_Oleh_Hasan_Saifudin.
- Hendrikus Endar Suhendar. "Esensi Tubuh: Tinjauan Filosofis." *Pusat Kajian Humaniora, Fakultas Filsafat*, n.d., 1.
- Hermawan Riyadi. "Pengertian Instagram Beserta Sejarah Dan Fungsi Instagram Yang Wajib Diketahui Pengguna Internet." *nesabamedia*, 2022. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>.
- Iswandi Syahputra. "Membebaskan Tubuh Perempuan Dari Penjara Media." *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam* 15, no. 2 (2016): 160. <https://doi.org/10.14421/musawa.v15i2.1303>.
- Kurniawan. "Masokhisme Dalam Perspektif Fenomenologi Tubuh-Subjek Merleau-Ponty (Masochism from the Perspective of Merleau- Ponty ' s Phenomenology of Body-Subject)." *Mozaik Humaniora* 19, no. 1 (2019). [file:///C:/Users/yhani/Downloads/7153-21178-2-PB\(1\).pdf](file:///C:/Users/yhani/Downloads/7153-21178-2-PB(1).pdf).

- Liberata Lin, Donatius BSEP, Pabali Musa. "Tato Sebagai Gaya Hidup Kaum Perempuan Perkotaan Tattoos As The Lifestyle Of Urban Women." *Jurnal Antropologi* 1, no. 2 (2020): 82–86.
- Mangala Nayahi. "Objektifikasi Perempuan Oleh Media: Pembakuan Identitas Perempuan Dan Dominasi Kekuasaan Laki-Laki." *Wacana Feminis*, 2015. <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/objektifikasi-perempuan-oleh-media-pembakuan-identitas-perempuan-dan-dominasi-kekuasaan-laki-laki>.
- Medhy Hidayat. "Menelisik Tubuh." *Medhyhidayat.com*, 2015. <http://medhyhidayat.com/menelisik-tubuh/>.
- Nurbaiti, Salsa Putri. "Kuasa Media Dalam Mengeksploitasi Tubuh Perempuan Di Industri Periklanan" 1, no. 1 (2021): 3.
- Rahmanto, Oki Dwi. "Pembacaan Hizb Ghazâlî Di Pondok Pesantren Luqmaniyyah Yogyakarta Perspektif Teori Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim." *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 3, no. 1 (2020): 29–30. <https://doi.org/10.14421/lijid.v3i1.2189>.
- Reza A.A Wattimena. "Tubuh Yang Mendunia: Sebuah Refleksi Filsafat Tubuh." *Rumah Filsafat*, 2009. <https://rumahfilsafat.com/2009/12/20/tubuh-yang-mendunia-sebuah-refleksi-filsafat-tubuh/>.
- Robeet Thadi. "Citra Perempuan Dalam Media." *Syi'ar* 14, no. 1 (2014): 30–31.
- Saptandari, Pinky. "Beberapa Pemikiran Tentang Perempuan Dalam Tubuh Dan Eksistensi." *Surabaya: BioKultur* 2, no. 1 (2013): 61. <http://journal.unair.ac.id/BK@beberapa-pemikiran-tentang-perempuan-dalam-article-6247-media-133-category-8.html>.
- Silmi Novita Nurman. "Belajar Memaknai Tubuh Dari Para Filsuf." *Kompasiana*, 2020. <https://www.kompasiana.com/silminovitanurman6732/5fe20667d541df2d7e5b5552/belajar-memaknai-tubuh-dari-para-filsuf>.

- Suraji, Robertus. “Membangun Teologi Tubuh Dari Bawah.” *Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 2 2 (2018): 132.
- Tasya Nurian Afifah, Azizah Wiladatur Rahma, Yusack Tri Nur Cholis. “Eksplorasi Tubuh Wanita Dalam Iklan Dolce & Gabbana.” *Jurnal Audiens* 1, no. 2 (2020): 172–73. <https://doi.org/10.18196/ja.12019>.
- Wisesa, Taufiq Panji, Teddy Moh Darajat, and Ismail Alif Siregar. “Melihat Keramik : Mengungkap Persoalan Tubuh Dan Jiwa.” *Ideology* 2, no. 1 (2017).
- Yuda Wiranata. “Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Tayangan Berita Olahraga.” *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)* 10, no. 1 (2019): 88. <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i1.6018>.