

**FENOMENA OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN
PADA KAK NISA HOST KINDERFLIX
(Analisis pada Akun Tiktok @Kinderflix.idn)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:
AMANDA MARYANA
(21321041)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

FENOMENA OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN
PADA KAK NISA HOST KINDERFLIX
(Analisis pada Akun Tiktok @Kinderflix.idn)

Oleh:

Amanda Maryana
21321041

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: 23 Oktober 2025

Mengetahui
Dosen Pembimbing Skripsi



Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A.

NIDN 0514078702

الجامعة الإسلامية
الاستاذة الأندونيسية

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

FENOMENA OBJEKTIFIKASI PEREMPUAN
PADA KAK NISA HOST KINDERFLIX
(Analisis pada Akun Tiktok @Kinderflix.idn)

Disusun oleh:
Amanda Maryana
21321041

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 6 November 2025

Dosen Penguji :
Ketua : Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0514078702
Anggota : Ratna Permata Sari, S.I.Kom, M.A.
NIDN. 0509118601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Dr. Zaki Habibi, M.Comms

NIDN. 0517078101

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amanda Maryana

Nomor Mahasiswa : 21321041

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini, saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,



Amanda Maryana
21321041

MOTTO

Memulai dengan penuh keyakinan,
Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan."

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini kupersembahkan sebagai wujud rasa syukur dan terima kasih atas segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang telah mengiringi setiap langkah dalam proses penyusunan skripsi ini

1. Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kepada orang tua tercinta, Ibu Linda dan Bapak Andi, terima kasih yang tak terhingga atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang tiada henti. Kehadiran dan dorongan kalian adalah sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah hidup saya.
3. Kepada kakak kandungku, Arlin Tanjung S.T, terima kasih atas inspirasi dan motivasi yang selalu menguatkan saya dalam menghadapi berbagai tantangan.
4. Keponakan tersayang, Cimit (Shirly Mikahyla Drearmy), yang dengan senyum dan keceriaannya selalu membawa kebahagiaan dan semangat baru dalam hidupku.
5. Kepada Ibu Sumekar Tanjung, S.sos., M.A. yang dengan sabar, tulus, dan penuh dedikasi telah membimbing serta mengarahkan saya selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, waktu, dan ketelatenan yang telah ibu berikan.
6. Seluruh dosen dan staff di Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia
7. Kepada BPHAHAHEHE terimakasih sudah memberikan tawa dan kenangan hangat selama di bangku perkuliahan, terimakasih sudah memberikan tempat untuk bergabung dan menjadi bagian dari keluarga Raga Satya Akasha
8. Kepada Aliya,Ate,Dinda yang telah menemani saya dari tahun 2015 hingga 2025, terimakasih sudah selalu menjadi tempat pulang dari tahun ke tahun.
9. Kepada Remaja Al-Huda Diar,Stefven,Alski,Danar, terimakasih sudah selalu memberikan dukungan kepada saya dari awal persiapan sidang sampai sekarang, terimakasih sudah menjadi tempat saya bahagia dan tertawa.
10. Terakhir kepada diri sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meski dihadapkan pada ragu, lelah, dan rasa ingin berhenti. Terima kasih telah

terus melangkah sampai saat ini. Karya ini adalah bukti bahwa kamu mampu melewati apa yang dulu kamu kira mustahil.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Konstruksi Bentuk Komentar Pelecehan Verbal di Tiktok (Analisis pada Akun @Kinderflix.idn)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keprihatinan penulis terhadap maraknya pelecehan verbal yang terjadi di ruang digital, khususnya di platform media sosial seperti TikTok. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada individu yang menjadi korban, tetapi juga mencerminkan bagaimana budaya komunikasi masyarakat di era digital dibentuk dan ditampilkan. Akun @kinderflix.idn dipilih sebagai objek penelitian karena kontennya yang kerap menampilkan anak-anak, namun justru menjadi sasaran komentar negatif, sarkastik, hingga pelecehan secara verbal oleh sebagian warganet. Penulis merasa penting untuk mengkaji bentuk-bentuk komentar tersebut serta bagaimana konstruksinya, baik secara bahasa maupun secara sosial, agar bisa menjadi refleksi dan pembelajaran bagi literasi digital ke depannya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran selama melakukan penulisan skripsi ini
2. Bapak Dr. Dzaki, S.I.P., M.Comms. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen Pembimbing Akademik.

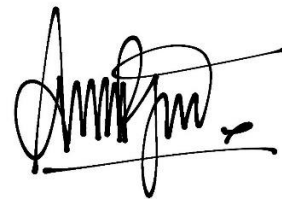
3. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan dukungan kepada penulis
4. Kepada kedua orang tua, Ibu Linda dan Bapak Andi yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat di setiap langkah perjalanan penulis.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi, penyajian, maupun kelengkapan data. Oleh karena itu, saya sangat terbuka dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang.

Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi para pembaca, peneliti, dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi yang relevan dengan topik yang dibahas.

Wssalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 10 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Amanda Maryana', with a stylized flourish at the end.

Amanda Maryana

ABSTRAK

Maryana Amanda. 21321041 Fenomena Objektivikasi Perempuan Pada Kak Nisa Host Kinderflix (Analisis Pada Akun @Kinderflix) .Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2025.

Penelitian ini membahas fenomena objektivikasi perempuan yang terjadi pada Kak Nisa, host dalam akun edukatif @Kinderflix di platform TikTok. Akun Kinderflix menjadi sorotan publik pada pertengahan hingga akhir tahun 2023 karena kontennya yang viral dan sering muncul di *For You Page (FYP)*. Popularitas tersebut diiringi dengan banyaknya komentar negatif yang berisi pelecehan verbal dan penilaian fisik terhadap Kak Nisa. Fenomena ini menarik dikaji karena menunjukkan bahwa meskipun konten Kinderflix bersifat edukatif, interaksi warganet justru memperlihatkan bias gender dan kecenderungan objektivikasi terhadap Perempuan. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan menelaah komentar-komentar pada beberapa unggahan Kinderflix di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objektivikasi terhadap Kak Nisa muncul dalam berbagai bentuk, seperti fokus berlebihan pada penampilan, komentar bernada seksual, serta perbandingan dengan standar kecantikan tertentu. Temuan ini menggambarkan bahwa ruang digital seperti TikTok masih menjadi medium yang rentan terhadap kekerasan berbasis gender online (KBGO) dan memperlihatkan bagaimana perempuan sering kali direduksi menjadi objek visual di tengah budaya digital yang interaktif.

Kata Kunci: Kekerasan Berbasis Gender Online, Tiktok, Objektivikasi perempuan,

ABSTRACT

Maryana Amanda. 21321074. The Phenomenon of Objectification of Women on Kak Nisa, the Host of Kinderflix (Analysis of the @Kinderflix Account) Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2025

This study examines the phenomenon of female objectification experienced by Kak Nisa, the host of the educational TikTok account @Kinderflix. Kinderflix gained significant public attention in mid to late 2023 as its content went viral and frequently appeared on the *For You Page (FYP)*. Along with its rising popularity, the account also received numerous negative comments containing verbal harassment and physical judgments directed at Kak Nisa. This phenomenon is noteworthy because, despite Kinderflix's educational purpose, online interactions revealed gender bias and a tendency to objectify women.

The research employs a qualitative content analysis method, focusing on user comments on selected TikTok videos from Kinderflix. The findings indicate that objectification toward Kak Nisa appears in various forms, such as excessive focus on physical appearance, sexually suggestive remarks, and comparisons with idealized beauty standards. These results highlight that digital spaces like TikTok remain vulnerable to online gender-based violence (OGBV) and reflect how women are often reduced to visual objects within an interactive digital culture

Keywords: Online Gender-Based Violence, Tiktok, Female Objectification,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Kerangka Teori.....	14
1. KBGO	Error! Bookmark not defined.
2. Tiktok	16
3. Teori Ekologi Media	18
G. Metode Penelitian.....	20
1. Teknik Pengumpulan Data.....	20
2. Objek Penelitian	22
3. Teknik Analisis Data.....	22
BAB II GAMBARAN UMUM.....	25
A. Tiktok	25
1. Manfaat Penggunaan Aplikasi TikTok	28

2. Fitur-Fitur Aplikasi TikTok	39
B. Kinderflix	45
C. Profil Kak Nisa (<i>Host</i> Kinderflix).....	47
D. Gambaran Video Konten Kak Nisa dalam Unggahan Akun Kinderflix	48
1. Konten Utama:	50
2. Estetika Visual:	51
3. Gaya Penyampaian:.....	52
4. Target Audiens	53
5. Engagement:.....	54
6. Promosi Lintas Platform:	56
7. Kolaborasi	57
E. Unit Analisis.....	57
BAB III HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Konstruksi Pelecehan melalui Sindiran Seksual	65
B. Konstruksi pelecehan melalui godaan.....	85
C. Konstruksi melalui kalimat multitafsir.....	102
D. Budaya berkomentar dalam budaya digital	119
BAB IV PENUTUP	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Keterbatasan Peneliti.....	125
C. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Populasi Komentar pada konten Tiktok Akun @Kinderflix.idn	58
Tabel. 2.2 Sample Komentar pada konten Tiktok Akun @Kinderflix.idn	60
Tabel. 3.1 Unit Analisa yang Diteliti	63
Tabel. 3.2 Hasil Temuan Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Jumlah Negara Pengguna TikTok Terbesar.....	4
Gambar 2.1	Tampilan Halaman Beranda Tiktok	39
Gambar 2.2.	Tampilan Fitur Tktok	40
Gambar 2.3.	Tampilan Fitur Mereka Video	42
Gambar 2.4.	Tampilan Inbox (Tampilan Kotak Masuk).....	43
Gambar 2.5.	Tampilan Fitur Profil pada Akun Tiktok.....	44
Gambar 2.6.	Tampilan Fitur Pencarian	45
Gambar 2.7.	Konten Unggahan 27 Oktober 2023 (Host Utama Kindeflix).....	50
Gambar 2.8.	Visual Konten Edukasi Kinderflix	51
Gambar 2.9.	Opening Konten Kinderflix yang disampaikan Kak Nisa.....	52
Gambar 2.10.	Postingan Ulang <i>Kinderparents</i> yang di unggah Akun Kinderflix	53
Gambar 2.11.	Postingan dengan <i>likes</i> dan komentar terbanyak di Akun Tiktok @Kinderflix.idn.....	54
Gambar 2.12.	Konten kolaborasi dengan MS Kids Official	57
Gambar 3.1.	Komentar pelecehan melalui objektifikasi Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.2.	Komentar pelecehan melalui objektifikasi Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.3.	Komentar pelecehan melalui objektifikasi Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.4.	Komentar pelecehan melalui objektifikasi Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.5.	Komentar pelecehan melalui objektifikasi Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.6.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	69
Gambar 3.7.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	69
Gambar 3.8.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	74
Gambar 3.9.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	75
Gambar 3.10.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	80
Gambar 3.11.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	89
Gambar 3.12.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	89
Gambar 3.13	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	93
Gambar 3.14.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	94
Gambar 3.15.	Komentar pelecehan melalui sindiran seksual	98
Gambar 3.16.	Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir	106
Gambar 3.17.	Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir	106

Gambar 3.18. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir	112
Gambar 3.19. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi. Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini adalah TikTok, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui konten kreatif, hiburan, hingga edukasi. Dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat, TikTok kini tidak hanya menjadi wadah hiburan, tetapi juga ruang diskusi publik, kampanye sosial, bahkan media komunikasi massa yang berpengaruh terhadap opini masyarakat

Perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan *survey* terbaru yang dilakukan oleh Riyanto (2019) dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 268,2 juta pengguna internet mencapai 150 juta, hal tersebut meningkat sekitar 13% dari tahun sebelumnya. Tingginya angka penggunaan internet di Indonesia sebanding dengan tingginya pengguna media sosial yang keseluruhan penggunanya memiliki media sosial dengan pengguna aktif mencapai 56% dari total populasi atau sekitar 84 juta pengguna. Dapat dikatakan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang masuk dalam kategori “*digital natives*”, yaitu kategori usia ini memiliki karakter yang sangat aktif menggunakan jejaring teknologi digital dan memiliki kecakapan dalam mengoperasikan teknologi berbasis internet

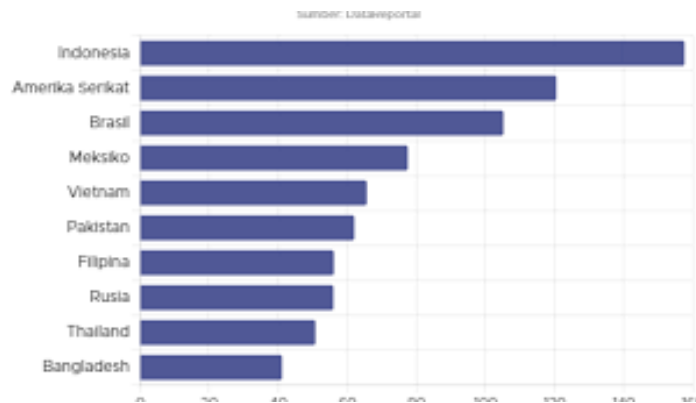
Situs jejaring sosial diantara lain TikTok, Instagram, dan Twitter sering dimanfaatkan sebagai media untuk membangun *branding* diri dengan cara membuat konten seperti profil, kegiatan, atau pendapat pengguna, serta menyediakan tempat untuk komunikasi dan interaksi di dunia maya (Nasrullah, 2015). Sosial media dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam berbagai aspek , serta cara berperilaku dan interaksi masyarakat (Br Simbolon et al., 2019).

Popularitas TikTok di Indonesia sangat tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Format kontennya yang cepat, ringan, dan mudah diakses menjadikan platform ini sebagai salah satu media yang paling sering digunakan dalam keseharian. Namun, di balik tingginya angka pengguna, muncul pula berbagai dinamika sosial yang kompleks. Salah satunya adalah fenomena interaksi di kolom komentar, yang sering kali menjadi ruang bebas bagi pengguna untuk mengungkapkan pendapat tanpa batasan etika yang jelas.

Kolom komentar di TikTok tidak hanya menjadi tempat berbagi apresiasi atau kritik membangun, tetapi juga sering kali digunakan untuk melontarkan kata-kata bernada kasar, merendahkan, atau melecehkan, baik secara langsung maupun terselubung. Bentuk komunikasi semacam ini termasuk dalam kategori pelecehan verbal (*verbal harassment*), yang dapat berdampak negatif terhadap individu yang menjadi targetnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok menyediakan ruang bagi kreativitas dan ekspresi diri, platform ini juga rentan terhadap perilaku komunikasi yang tidak etis.

TikTok sebagai platform media sosial yang para penggunanya memposting video pendek berdurasi 10 menit, disertai musik, *filter* dan beragam *fitur* menarik lainnya. Kemunculan awal nama aplikasi ini bukan lah nama TikTok, melainkan aplikasi bernama Douyin. Bulan September 2016, ByteDance, perusahaan yang berlokasi di China, membuat aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam satu tahun, Douyin mencapai 100 juta diunduh dan 1 miliar tayangan video harian. Karena popularitasnya yang meningkat cukup tinggi, ByteDance menetapkan untuk memperluas jangkauan Douyin ke luar China dengan nama baru, TikTok. Aplikasi ini diluncurkan di pasar internasional pada September 2017 dan pada 23 Januari 2018, TikTok menjadi aplikasi gratis yang paling banyak diunduh di toko aplikasi (Yonatan, 2024)

Indonesia menjadi raja TikTok dengan pengguna terbanyak di dunia, melebihi Amerika Serikat dan Rusia. Menurut catatan data terbaru dari *Goodstats* data tentang jangkauan iklan TikTok, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di seluruh dunia, jumlahnya mencapai 157,6 juta. Meskipun sempat diblokir sementara pada 2018 oleh pemerintah, aplikasi media sosial tersebut tetap banyak digunakan di Indonesia.



Gambar 1.1 Data Jumlah Negara Pengguna TikTok Terbesar

Sumber: Data Unggahan *Goodstats* Data

Menurut laporan *We Are Social* dan *Meltwater*, jumlah pengguna TikTok mencapai secara global mencapai 1,58 miliar di 2024. Mayoritas pengguna berusia 18-34 tahun. Data terbaru di *Goodstats* juga menyatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai 157,6 juta pengguna. Angka ini bahkan melampaui Amerika Serikat dengan total 120,5 juta pengguna. Bertengger di posisi ketiga adalah Brasil dengan 105,2 juta pengguna, disusul Meksiko dengan 77,54 juta pengguna, Vietnam dengan 65,64 juta, dan Pakistan dengan 62,05 juta pengguna. Tingginya pengguna TikTok di Indonesia didorong oleh masifnya penggunaan ponsel. Pada 2024, jumlah pengguna ponsel diproyeksi mencapai 194,26 juta, bertambah 4,23 juta dari tahun sebelumnya. Tidak hanya itu, tingkat penetrasi internet yang semakin baik juga mendorong popularitas media sosial satu ini di tanah air.

Di Pakistan, aplikasi TikTok telah dilarang. Pada tanggal 9 Oktober 2020, pemerintah Pakistan melarang TikTok dengan alasan video "tidak bermoral" dan "tidak senonoh", namun larangan tersebut dicabut 10 hari kemudian. Pada Maret 2021, pengadilan Pakistan kembali memerintahkan pemblokiran TikTok

karena adanya keluhan konten "tidak senonoh". Selain itu, pemerintah India telah melarang TikTok sejak tahun 2020 bersama dengan 59 aplikasi lainnya, termasuk *WeChat*, karena masalah keamanan nasional. Larangan ini mulai berlaku karena adanya keluhan bahwa TikTok mencuri dan mengirimkan data pengguna secara ilegal. Taiwan juga melarang penggunaan TikTok di tingkat federal pada bulan Desember 2022 karena kecurigaan bahwa pemerintah Tiongkok menggunakan aplikasi tersebut untuk melancarkan perang kognitif melawan Taiwan (Bestari, 2023)

Salah satu dampak dari seringnya penggunaan jejaring sosial adalah munculnya penyimpangan perilaku. Perilaku menyimpang yang dilakukan pengguna media sosial dapat berupa pelecehan seksual, perundungan, penipuan, dan lain-lain. Pelecehan seksual adalah tindakan yang menyebabkan kerugian atau tekanan fisik, seksual atau psikologis. Kasus pelecehan seksual paling sering terjadi di media sosial, seringkali karena kurangnya pemahaman yang terbuka, baik melalui video maupun komentar.

Selain Instagram dan Twitter, TikTok juga menjadi platform baru di mana kasus-kasus pelecehan seksual sering terjadi. Pelaku pelecehan seksual di TikTok cenderung menggunakan kata-kata dalam video yang diunggah sebagai bentuk pelecehan verbal. Pelecehan verbal sering kali lebih berdampak daripada pelecehan fisik. Pelecehan seksual mencakup segala bentuk perilaku yang memiliki unsur seksual yang tidak diinginkan dan dilakukan secara sepihak terhadap korban. Bentuknya dapat berupa kata-kata, tulisan, simbol, isyarat, atau tindakan yang memiliki konotasi seksual. Dalam konteks ini, pelecehan

seksual terjadi ketika ada pemaksaan kehendak oleh pelaku, motivasi yang mendorong tindakan tersebut, tidak diinginkannya oleh korban, dan menyebabkan penderitaan pada korban (Winarsusnu, 2008).

Seiring perkembangan zaman yang menghadirkan ruang *virtual*, tidak menutup kemungkinan seorang perempuan mendapatkan pelecehan verbal. Salah satu ruang virtual ialah media sosial yang di akses oleh siapa , kapan dan dimana saja yang dapat di artikan jangkauan sangat luas. Dalam survei yang telah dilakukan oleh Koalisi Ruang Aman Publik Aman (KRPA) dalam program *Power To You(th)* yang di dukung juga oleh Rutgers Indonesia, menyatakan bahwa 4 dari 5 perempuan yakni 3.037 responden tersebar di Indonesia menyatakan pernah mengalami pelecehan seksual . Adapun ruang yang paling banyak terjadi pelecehan seksual secara *online* yaitu media sosial sebanyak 42%, pada aplikasi chat sebanyak 33%, ruang permainan *virtual* dan terakhir ruang diskusi vitual 2% (Catahu Komnas, 2024).

Indonesia sebagai pengguna Tiktok terbanyak se-dunia menjadikannya media sosial ini sangat populer di berbagai kalangan. Tidak menutup kemungkinan jika Tiktok menjadi ruang baru pelecehan verbal, banyaknya pelecehan verbal di Tiktok di komentar *live* ataupun komentar postingan. Salah satunya pada komentar di akun Tiktok @Kinderflix.idn.

Media sosial kini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Salah satu platform yang paling banyak digunakan adalah TikTok, aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan

audiens secara luas. Dengan algoritma yang memungkinkan setiap konten berpotensi viral melalui fitur *For You Page (FYP)*, TikTok menjadi ruang yang dinamis bagi munculnya berbagai fenomena sosial, mulai dari hiburan, edukasi, hingga perdebatan publik.

Tingginya interaksi di TikTok menjadikannya sebagai medium komunikasi yang menarik untuk diteliti. Di satu sisi, TikTok memberikan ruang bagi setiap individu untuk menunjukkan kreativitasnya; namun di sisi lain, platform ini juga memunculkan berbagai bentuk perilaku komunikasi negatif, seperti komentar kasar, ujaran kebencian, hingga pelecehan yang dapat berdampak pada citra dan psikologis seseorang.

Salah satu fenomena yang menarik perhatian publik adalah yang terjadi pada akun Kinderflix, sebuah akun edukatif yang menampilkan konten pembelajaran dan hiburan untuk anak-anak. Akun ini sempat booming pada pertengahan hingga akhir tahun 2023, dan hampir selalu muncul di *FYP (For You Page)* berbagai pengguna TikTok. Popularitas Kinderflix membuatnya menjadi bahan perbincangan luas di platform tersebut — baik dalam bentuk apresiasi maupun kritik.

Namun, seiring meningkatnya popularitas, muncul pula gelombang komentar negatif dan pelecehan verbal, terutama yang ditujukan kepada Kak Nisa, selaku host dalam konten Kinderflix. Banyak komentar di kolom unggahan dan video *stitch* yang berisi penilaian fisik, stereotip gender, hingga objektifikasi terhadap dirinya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa bahkan

konten edukatif pun tidak terlepas dari bias gender dan perilaku komunikasi yang tidak etis di ruang digital.

@Kinderflix.idn merupakan akun Tiktok yang berisi edukasi orangtua yang memiliki balita yang di buat sejak tanggal 4 September 2023. Kanal ini didirikan oleh YouTuber dan selebgram asal Semarang kelahiran 1994 bernama Delfano Charies. Tayangan ini dikemas secara menarik dan dipandu oleh beberapa *host* yang ekspresif untuk membantu anak-anak terbebas dengan gangguan *speech delay*. Tayangan ini bisa melatih anak-anak yang kesulitan bicara untuk belajar kosa kata yang jamak digunakan setiap hari. Popularitasnya di TikTok yang dimiliki akun @kinderflix.idn sebanyak 113.800 pengikut (Maret 2024) sehingga membuat unggahan tersebut menjadi *viral* di media sosial.

Namun kepopuleran @Kinderflix.idn dicerderai dengan adanya komentar-komentar tak bertanggungjawab yang kemudian menjadi viral di media sosial, seperti TikTok dan Instagram, hingga membuat pihak @Kinderflix menonaktifkan komentar. Penampilan para *host* yang atraktif menuai pelecehan seksual oleh para netizen. Hal tersebut dibuktikan dari komentar pada tayangan Kinderflix.idn, dengan banyaknya komentar yang multitafsir yang mengarah pada pelecehan seksual. Komentar tersebut tertuju pada *host* yang akrab di panggil kak Nisa. Kak Nisa merupakan *host* utama di Kinderflix seorang muslimah yang berpakaian sopan dan menggunakan hijab, penampilan maupun *gesture* tubuh *host* kinderflix tidak ada yang menyimpang, akan tetapi *host*

Kinderflix ini tetap menjadi objek pelecehan secara verbal yang terlihat pada kolom komentar di akun Tiktok @Kinderlix.idn.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ‘‘Konstruksi Makna Komentar Pelecehan Verbal di Tiktok’’ yang berfokus pada Analisis Interaksi Simbolik pada Akun @Kinderflix.idn.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang sebelum ini peneliti sampaikan, ditentukan rumusan masalah yang berupa ‘‘Bagaimana bentuk-bentuk komentar pelecehan verbal yang di konstrusikan pada akun Tiktok @Kinderflix.idn’’

C. Tujuan Penelitian

Mengacu dari rumusan masalah, artinya tujuan yang ingin direalisasikan peneliti berupa ‘‘Untuk mengetahui bentuk-bentuk komentar pelecehan verbal yang di konstrusikan pada akun Tiktok @Kinderflix.idn’’

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana untuk mengakses informasi pelecehan seksual. Selain itu diharapkan dapat membantu dalam memahami dampaknya pada korban, seperti trauma, gangguan stres pasca-trauma, dan masalah psikologis lainnya. Ini juga membantu dalam pengembangan intervensi dan strategi pemulihan yang

efektif bagi korban serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pelaku pelecehan seksual.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi terkait pemanfaatan jejaring sosial TikTok sebagai sarana mengakses informasi mengenai pelecehan seksual.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini dilaksanakan dengan tidak lepas oleh penelitian terdahulu. Hal ini sebagai acuan dan bahan referensi bagi peneliti agar bisa mengkaji sesuatu lebih dalam dan menjadi bahan penelitian yang memiliki relevansi. Sejumlah penelitian terdahulu yang telah berhasil peneliti peroleh diantaranya yakni:

Petama jurnal penelitian yang ditulis oleh Widuhung (2024) dengan judul ‘*Analisa Komentar Pornotext Pada Akun Kinderflix*’. Minimnya tayangan khusus balita membuat kehadiran konten Kinderflix di berbagai media sosial seperti Youtube, Instagram, dan TikTok menjadi tayangan favorit yang langsung disukai balita di Indonesia. Sayangnya hal tersebut tidak dibarengi dengan pemahaman masyarakat, khususnya laki-laki dewasa yang salah mengartikan kehadiran acara tersebut, dengan melontarkan komentar-komentar cabul yang berujung pada pelecehan seksual terhadap pembawa acara konten Kinderflix. Penelitian ini akan melihat bagaimana komentar netizen pada akun Kinderflix di TikTok dipengaruhi oleh faktor persepsi

positif dan negatif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis isi serta menggunakan teori Miles dan Huberman yang berupaya membedah suatu kasus dengan menggunakan tiga klasifikasi data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa sebagian besar penulis komentar pada konten TikTok Kinderflix adalah laki-laki, dan terdapat beberapa komentar yang mengarah pada pelecehan seksual secara online. Meski tentu saja ada juga komentar positif atas konten edukasi untuk balita tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi semua pihak untuk lebih bijak dalam berkomentar di media sosial sehingga dapat mendukung para pembuat konten berkualitas untuk maju dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Penelitian Kedua yang berjudul ‘*Fenomena Pornotext Dikolom Komentar Selebriti Instagram @Sarahvilo.id Sebagai Masalah Sosial Pada Media Baru*’ yang di tulis (S. H. Putri & Maharani, 2020). Media sosial khususnya Instagram, telah menjadi salah satu sarana untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan diri. Instagram menyajikan fitur-fitur interaktif dalam memudahkan penggunaannya, namun tidak semua pengguna Instagram bijak dan menaati etika dalam berkomunikasi disosial media. Hal tersebut terjadi pada akun Selebgram Sarah Viloid yang memiliki jutaan pengikut, setelah menanjaknya pengikut Sarah, komentar-komentar berunsur pornoteks mulai bermunculan dan semakin sering ditemui di hampir setiap unggahan foto Sarah. Tentunya komentar tersebut akan menciptakan rasa tidak nyaman, baik bagi Sarah sebagai pemilik akun, maupun bagi pengguna

Instagram lain yang membaca komentar tak senonoh tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data primer melalui observasi berdasarkan komentar-komentar pengguna Instagram pada unggahan foto Sarah Viloid, sedangkan data sekunder menggunakan studi pustaka (library research), jurnal, dan sumber internet. Analisa data yang digunakan dengan model Miles dan Huberman dan triangulasi untuk teknik keabsahan data

Penelitian Jurnal Ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al. (2019) yang bertajuk “*Victim Blaming in Sexual Harassment Cases (Studi Netnografi Pelecehan Seksual Via Vallen di Instagram)*”. permasalahan yang diteliti adalah menganalisis pengalaman menyalahkan korban. Via Vallen usai menjadi korban pelecehan seksual, demikian komentar netizen di Instagram yang diposting akun gosip @lambeturah. Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi untuk memahami dinamika hubungan sosial di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih banyak korban internet yang menyalahkan Via Vallen atas kasus pelecehan seksual yang dialaminya. Penelitian ini antara lain bertujuan untuk memahami praktik dan motif pelecehan seksual mengakses informasi tentang pelecehan seksual

Penelitian Jurnal Keempat bertajuk “*Pelecehan Seksual Melalui Aplikasi TikTok*” yang ditulis oleh Wijaya & Setiawan (2024) ini berfokus pada pelecehan seksual terhadap perempuan. Pelecehan seksual tidak hanya terjadi di ruang publik tetapi juga melalui jejaring sosial seperti aplikasi TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai

isu pelecehan seksual melalui TikTok, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan mengacu pada teori Kimberle. Crenshaw. gangguan. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana faktor gender dapat mempengaruhi kerentanan seseorang terhadap pelecehan seksual di dunia maya. Pelecehan seksual menjadi topik yang sudah tidak tabu lagi untuk dibicarakan di media sosial. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kekuatan media sosial Twitter bagi individu atau kelompok dalam melacak pemberitaan pelecehan seksual di Transjakarta. Penelitian netnografi menjadi alat analisis penulis ketika melakukan penelitian kualitatif. Penulis melakukan analisis tekstual dengan mengkaji dokumentasi di jejaring sosial Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi simbolik dalam rangkaian pesan persepsi pelecehan seksual merupakan interaksi berupa informasi dan opini yang didukung oleh teks, gambar, dan video. Adanya struktur komunikasi visual dan lingkungan komunitas virtual yang memenuhi unsur komunikasi visual membentuk budaya tersendiri dalam ekspresi persepsi pelecehan seksual di media sosial.

Penelitian kelima yaitu pada jurnal '*Objektifikasi dan Konstruksi Cantik pada Tubuh Perempuan dalam Akun Instagram @ugmcantik dan @unpad.geulis*' di tulis pada tahun 2023 oleh (Pasaribu, 2023). Pada jurnal ini menuliskan bahwa budaya patriarki yang masih saja terus dipelihara menjadikan perempuan berada pada kondisi yang bergantung pada penilaian orang lain ketika mencoba untuk melihat dan mengukur diri mereka mengenai masalah tubuh. Hal ini tergambar pada akun @ugmcantik dan @unpad.geulis. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menganalisis tubuh

perempuan dikonstruksi dan diobjektifikasi melalui kedua akun universitas cantik tersebut dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode penelitian Analisis Wacana Kritis Sara Mills. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengamati unggahan foto yang ada di akun @ugmcantik dan @unpad.geulis kemudian juga menganalisis komentar yang mendominasi di unggahan foto dan mengkategorikannya apakah komentar tersebut masuk ke dalam bentuk objektifikasi atau konstruksi terhadap tubuh perempuan. Hasil temuan dari penelitian ini adalah dari foto dan komentar yang ada pada kedua akun tersebut praktik objektifikasi dan konstruksi pada tubuh perempuan masih dilanggengkan serta perempuan masih didominasi dan dianggap sebagai objek pasif

F. Kerangka Teori

1. Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO)

Menurut Komisi Nasional Anti Kekerasan pada Perempuan (Komnas Perempuan) KBGO adalah kejahatan dengan korban perempuan yang sering berhubungan dengan tubuh perempuan yang dijadikan sebagai objek pornografi di dunia siber. Menurut Southeast Asia Freedom Of Expression Network (SafeNet) yang merupakan sebuah organisasi yang memperjuangkan hak-hak digital di Asia Tenggara, KBGO merupakan kekerasan berbasis gender yang difasilitasi oleh teknologi dengan maksud melecehkan korban berdasarkan gender atau seksualitasnya.

Adapun pengertian dari jenis-jenis KBGO tersebut yaitu :

1. Cyber Harrasment, adalah tindakan mengirim teks untuk menakut-nakuti, mengancam, atau mengganggu orang.
2. Cyber Hacking, adalah peretasan. Tindakan peretasan ini dilakukan saat seseorang menggunakan teknologi untuk masuk kedalam sistem jaringan internet secara illegal dengan tujuan mengganti atau mengubah data dan informasi yang dimiliki seseorang serta mencemarkan nama baik pemilik akun.
3. Malicious Distribution, adalah ancaman untuk mendistribusikan foto ataupun video pribadi korban.
4. Online Defamation, adalah pencemaran nama baik/penghinaan.
5. Impersonation/Cloning, adalah memalsukan identitas pemilik akun atau mengadakan identitas korban agar dapat mengakses informasi pribadi pemilik akun, mempermalukan dan menghubungi paksa pemilik akun.
6. Cyber Stalking/Tracking/Surveillance, adalah kegiatan menggunakan teknologi untuk menguntit dan memantau aktivitas atau perilaku korban yang menciptakan rasa tidak aman pada korban atau rasa takut.
7. Revenge Porn/Non Consensual Intimate Image, adalah kegiatan menyebarkan foto atau video intim seseorang secara online tanpa izin sebagai bentuk tindakan balas dendam dengan tujuan merusak kehidupan atau mempermalukan korban di dunia nyata.
8. Sexting, adalah tindakan yang dilakukan dengan sengaja mengirimkan gambar organ intimnya atau pesan berkonten seksual dengan tujuan untuk melecehkan penerimanya.

9. Online Grooming, adalah tindakan mendekati korban dan membangun hubungan emosional dengan seseorang di dunia maya hingga memperoleh kepercayaan orang yang didekati tersebut.

2. Tiktok

TikTok adalah sebuah aplikasi asal Cina yang menggabungkan video musik dan jejaring sosial, yang telah memainkan peran penting dalam industri digital di Indonesia. TikTok memungkinkan pengguna menggunakan ponsel mereka sebagai studio portabel untuk membuat video dengan efek khusus yang menarik dan mudah digunakan. Platform ini telah menjadi populer secara global, termasuk di Indonesia, di mana banyak milenial mendapatkan penghasilan baru melalui iklan yang dipasang di kanal video mereka (I. Rahmawati, 2021).

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa dipergunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Remaja milenial 75% memilih menonton video untuk mencari informasi, menerima berita online melalui platform video online, salah satunya media TikTok. Ini menunjukkan

bahwasannya terdapat lebih banyak pesan yang diterima melalui media dengan gambar bergerak, dibantu dengan latar suara seperti audio visual. Komunikasi dalam bentuk video adalah media terbanyak mengomunikasikan suatu isu sosial karena lebih mudah dicerna oleh Manusia (Tang, 2024)

Meskipun TikTok dapat memiliki dampak positif, perlu diingat bahwa penggunaan yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan dan berpotensi menghasilkan perilaku negatif. Di sisi lain, TikTok juga terkena dampak dari masalah seperti pornografi, kejahatan cyber seperti penipuan, cyberbullying, dan peretasan. Selain itu, penggunaan TikTok juga dapat berdampak negatif terhadap perilaku masyarakat seperti meningkatkan tingkat kemalasan, kecanduan, dan mengurangi interaksi sosial di lingkungan sekitar. Remaja sering menghabiskan waktu yang signifikan menggunakan jejaring sosial seperti TikTok, yang dapat mempengaruhi mereka baik secara positif maupun negatif tergantung pada cara penggunaannya. Misalnya, dari sudut pandang positif, TikTok dapat memfasilitasi penyerapan informasi dan pengetahuan oleh masyarakat dengan mudah, namun dari sudut pandang negatif, mudahnya akses terhadap konten pornografi dapat mengakibatkan dampak yang merugikan. Penelitian juga menunjukkan bahwa hampir sepertiga masyarakat mengakses internet dari kamar tidur mereka, yang meningkatkan risiko terhadap paparan pornografi dan potensi terjadinya pelecehan seksual terhadap orang lain (Sulaiman et al., 2020:139).

3. Teori Ekologi Media

Neil Postman adalah tokoh pertama yang memperkenalkan secara formal istilah Ekologi Media pada tahun 1968. “Menurut Postman, ekologi media adalah studi tentang media sebagai lingkungan, yang berarti studi tentang media, teknologi dan komunikasi, dan bagaimana mereka mempengaruhi lingkungan kehidupan manusia” (Laskowska & Marcyński, 2019). Seperti yang dijelaskan pada kutipan tersebut bahwa ekologi “media adalah studi mengenai media sebagai lingkungan” yang berarti studi tentang media teknologi dan komunikasi dan bagaimana mereka mempengaruhi lingkungan kehidupan mereka.

Konsep dasar teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan, dengan kalimat, Medium adalah Pesan “*Medium Is The Message*”, yang berarti bahwa media yang dipilih untuk menyampaikan pesan adalah sama pentingnya (jika tidak lebih) dari pesan itu sendiri. Dalam perspektif teori ini, bukan pesan yang mempengaruhi kesadaran kita tetapi medium. Mediumlah yang lebih besar mempengaruhi bawah sadar kita, medium membentuk pesan, bukan sebaliknya. Manusia sangat bergantung pada teknologi media, baik tidaknya hal tersebut dapat dilihat berdasarkan kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Medium mempunyai kemampuan untuk mengubah bagaimana manusia berpikir mengenai orang lain, diri sendiri, dan dunia sekitar. Selain itu McLuhan ilmuwan sekaligus kritikus sastra berkebangsaan Canada, menyatakan bahwa munculnya teknologi. Di kehidupan manusia akan menentukan

perubahan dalam berbagai kehidupan manusia, media juga dapat mempengaruhi perasaan, pikiran, dan tindakan manusia (Rohimah & Hakim, 2021). McLuhan juga menyatakan bahwa kita mempunyai hubungan yang sifatnya simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi tadi membentuk manusia. Inilah yang menjadi konsep dasar dari teori ekologi media (Meisyaroh, 2014).

Teori ekologi media McLuhan bersumber pada teori sistem dan ekologi, yang menyatakan bahwa ketika sebuah elemen baru ditambahkan ke dalam lingkungan yang lama, kita tidak akan mendapatkan sistem lingkungan lama ditambah elemen baru, tetapi sebuah lingkungan baru. Lingkungan baru itu lebih dari sekadar penjumlahan bagian-bagiannya (M Laskowska, 2019).

McLuhan mengajukan tiga gagasan dasar mengenai pengaruh teknologi media terhadap manusia melalui teori yang dinamakan teori ekologi media (disebut juga dengan *technological determinism*) sebagai berikut:

- 1) Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat (*media infuses every act and action in society*)
- 2) Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita (*media fix our perceptions and organize our experience*)
- 3) Media mengikat dunia bersama-sama (*media tie the world together*).

Pentingnya media bagi kehidupan manusia menurut teori ekologi media dapat dilihat dalam beberapa era perkembangan media, yaitu the

tribal era, the literate era, the print era, dan the electronic era (Ratana, 2018). Pada penelitian ini teori ekologi media akan digunakan sebagai pisau analisis untuk melihat bagaimana konstruksi bentuk-bentuk komentar Tiktok pada akun @Kinderflix.Idn. Hal ini dilakukan karena, teori ekologi media memberikan signifikansi bagi perubahan pola konsumsi masyarakat, dari media tradisional seperti buku cetak beralih ke media digital seperti aplikasi LINE Webtoon.

G. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknis analisis isi bersifat deskriptif untuk meneliti komentar pada akun Tik Tok Kinderflix. Menurut Burhan Bungin Analisis isi adalah suatu metode penelitian yang menggunakan dokumen untuk diteliti, dalam bentuk teks, simbol, gambar, dan lain sebagainya. Dokumen tersebut merupakan representasi simbol yang mengarah pada metode analisis dapat digunakan untuk menemukan dan mengidentifikasi serta mengolah dan menganalisis dokumen yang bertujuan untuk memahami pemaknaan serta signifikansi dan relevansi (Bungin, 2019).

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan dua cara yakni Observasi dan Dokumentasi. Berikut pemaparan singkat mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan:

- a. Observasi atau pengamatan merupakan bentuk pengumpulan data yang perlu dilakukan dalam penelitian ini guna dapat diamati serta dicatat bagian-bagian penting saat mengamati komentar yang mengandung

pelecehan dalam akun TikTok @Kinderflix.idn agar dapat diinterpretasikan sesuai dengan permasalahan penelitian dengan layak dalam analisis penelitian. Proses ini melibatkan pengamatan langsung terhadap komentar yang muncul pada akun TikTok @Kinderflix.idn, yang secara khusus di tujukan pada kak Nisa sebagai host edukasi pada akun TikTok @Kinderflix.idn Observasi dilakukan secara sistematis dengan mengambil tangkapan layar dari komentar-komentar yang muncul pada akun TikTok @Kinderflix.idn yang mengandung pelecehan. Fokus observasi pada komentar, konten serta pola-pola tertentu seperti komentar dalam bentuk godaan, sindiran, komentar dengan unsur sensual, dan komentar berbentuk rayuan atau godaan yang menunjukan pelecehan verbal terhadap *host* Kinderflix. Data yang dikumpulkan pada observasi ini membantu dalam mengetahui bentuk-bentuk pelecehan verbal dalam akun @Kinderflix.idn dan membantu memahami bagaimana komentar-komentar tersebut menjadi pelecehan verbal yang di konstursikan dalam akun Tiktok @Kinderflix.idn

- b. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa pengumpulan data seperti literatur, foto, gambar dan lainnya. Teknik ini mencakup pengumpulan dan penyimpanan data dari komentar-komentar relevan yang ditemukan selama proses observasi. Dokumentasi ini dilakukan dengan mengambil tangkapan layar (*screenshot*) dan menyajikan hasil komentar yang diidentifikasi sebagai pelecehan verbal dalam akun @Kinderflix.idn.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tiga unggahan video pada tanggal 14 Oktober 2025, 3 November 2025 dan 11 November 2025 yang befokus komentar-komentar yang mengandung unsur pelecehan pada unggahan akun @Kinderflix.Idn.

3. Teknik Analisis Data

Milles dan Hubberman mengatakan bahwa proses analisis isi dalam data kualitatif adalah analisis menggunakan kata-kata yang disusun dalam bentuk tulisan, dimana meliputi tiga alur kegiatan yaitu, reduksi kata, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setelah banyak data yang dipilih, berdasarkan data relevan dan memiliki makna tertentu atau di reduksi, kemudian dilakukan penyajian data. Proses ini akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya, berdasarkan apa yang telah di pahami, penyajian data tersebut biasanya berbentuk teks yang bersifat naratif, serta dapat dilengkapi dengan gambar berupa grafik, matrik dll. Sedangkan pada tahap kesimpulan, jika di dukung bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang diambil dapat kredibel (Miles et al., 2014).

Alur pengumpulan dan pengolahan data meliputi, proses awal atau tahapan observasi pada kolom komentar akun @Kinderflix.idn pada laman TikTok. Peneliti memperoleh beragam komentar dari penikmat konten yang diunggah pada akun @Kinderflix.idn. Tahap selanjutnya, peneliti memilih dan mendata setiap komentar yang bermakna negatif hingga mengarah pada

konstruksi perilaku pelecehan verbal. Hasil Komentar yang telah dipilih kemudian dikelompokkan kembali menjadi beberapa bagian sesuai dengan kategorisasi dari konstruksi bentuk-bentuk komentar pelecehan verbal yang muncul di akun Tiktok @Kinderflix.idn dalam analisis interaksi simbolik Herbert Blumer. Dalam penelitian ini terdapat 4 kategorisasi bentuk dari pelecehan verbal yang mencakup komentar yang di konstruksikan melalui pelecehan melalui objektifikasi, konstruksi komentar pelecehan melalui sindiran seksual, konstruksi komentar melalui godaan dan konstruksi komentar pelecehan melalui kalimat multitafsir. Peneliti memilih metode analisis isi dari Miles Huberman karena penelitian ini menggunakan dokumen berupa gambar, teks yang terdapat pada akun Tiktok @Kinderflix.idn

Dalam melakukan penelitian, peneliti bekerja bersama dengan data-data yang akan di kelola. Terdapat tiga tahapan dalam penelitian analisis komentar dalam penelitian ini, yaitu:

a. Mengumpulkan data

Pada tahap pertama, peneliti mencari dan mengumpulka data-data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian. Data yang dibutuhkan berupa teks, gambar dan simbol.

b. Pengelompokan Data

Data yang telah diperoleh, dikelompokkan berdasarkan bagian-bagian kategori yang dibutuhkan. Kategori yang dibutuhkan berupa ada nya unsur pelecehan verbal dengan interpretasi makna yang mengidentifikasi

objektifikasi pada wanita ,kata multifasir, godaan, sindiran seksual dan unsur pelecehan verbal yang di gunakan dalam konstruksi pelecehan pada akun Tiktok @Kinderflix.idn.

c. Menarik Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan temuan utama dan menyajikan hasilnya secara kompherensif. Penarikan kesimpulan juga membantu menjelaskan bagaimana konstruksi komentar pelecehan verbal dalam akun Tiktok @Kinderflix.idn

BAB II

GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan secara detail mengenai objek penelitian ini. Dengan judul ‘‘Konstruksi Makna Komentar Pelecehan Verbal di Tiktok (Analisis pada Akun @Kinderflix.idn)’’, Objek penelitian didalam penelitian ini ialah komentar-komentar yang mengandung pelecehan verbal pada konten yang di unggah akun @Kinderflix.idn.

A. Tiktok

TikTok pertama kali diluncurkan pada September 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dengan nama Douyin khusus untuk pasar Tiongkok. Aplikasi ini dirancang sebagai platform berbagi video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video kreatif dengan durasi mulai dari 15 detik hingga 10 menit. Konsep awalnya berfokus pada video hiburan yang disertai musik, efek visual, dan berbagai filter menarik. Popularitas Douyin di Tiongkok tumbuh pesat, terutama di kalangan generasi muda yang tertarik pada konten-konten kreatif dan interaktif.

Tiktok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek. Tik Tok pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2017. Namun, pada tahun 2018, aplikasi ini diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) karena khawatir akan membawa dampak negatif bagi kaum muda. Meskipun demikian, TikTok telah menjadi budaya populer di Indonesia pada tahun 2020 (Hasiholan et al., 2020).

Melihat potensi pasar global, ByteDance memutuskan untuk memperluas aplikasi ini ke kancah internasional dengan meluncurkan versi globalnya bernama TikTok pada tahun 2018. Strategi globalisasi TikTok semakin diperkuat dengan akuisisi aplikasi Musical.ly pada akhir 2017. Musical.ly sendiri merupakan aplikasi asal Amerika Serikat yang memiliki konsep serupa, yakni berbagi video pendek berbasis musik dan lipsync. Dengan menggabungkan basis pengguna Musical.ly yang kuat di Amerika dan Eropa dengan teknologi serta algoritma canggih milik Douyin, TikTok berhasil mendapatkan perhatian besar di pasar internasional.

Seiring pertumbuhan perkembangannya, sejak diluncurkan secara global, TikTok menunjukkan pertumbuhan pengguna yang luar biasa. Pada tahun pertama peluncurannya, aplikasi ini telah diunduh lebih dari 500 juta kali di seluruh dunia. Kombinasi antara algoritma rekomendasi konten berbasis machine learning, antarmuka pengguna yang sederhana, dan kemampuan pengguna untuk menjadi kreator konten dengan mudah menjadikan TikTok sebagai fenomena media sosial baru. For You Page (FYP), fitur unggulan TikTok, berperan besar dalam mempertemukan pengguna dengan konten yang sesuai dengan minat mereka, menciptakan pengalaman pengguna yang sangat personal dan adiktif.

Pada masa pandemi COVID-19, pertumbuhan TikTok semakin melonjak. Di saat banyak orang menghabiskan waktu di rumah, TikTok menjadi platform hiburan yang menawarkan konten-konten kreatif, tantangan (challenges), tarian viral, hingga konten edukatif. Pada tahun 2020, TikTok tercatat sebagai aplikasi

yang paling banyak diunduh di seluruh dunia, melampaui aplikasi-aplikasi raksasa lainnya seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

Secara demografis, TikTok awalnya populer di kalangan Generasi Z, tetapi seiring waktu penggunaannya meluas hingga berbagai kelompok usia dan latar belakang. Kreator konten dari berbagai bidang seperti musik, fashion, kuliner, hingga edukasi turut meramaikan platform ini. Tak hanya individu, berbagai brand, perusahaan, hingga instansi pemerintah mulai memanfaatkan TikTok sebagai media promosi dan komunikasi mereka, terutama untuk menjangkau audiens muda.

Namun, di balik popularitasnya, TikTok juga menghadapi berbagai tantangan. Isu keamanan data pengguna dan hubungannya dengan pemerintah Tiongkok sempat membuat aplikasi ini dilarang di India dan hampir diblokir di Amerika Serikat. Meski demikian, TikTok terus melakukan perbaikan kebijakan privasi dan keamanan untuk mempertahankan kepercayaan penggunanya. Hingga saat ini, TikTok terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai fitur baru, seperti TikTok Shop, Live Streaming, serta berbagai alat untuk monetisasi konten kreator. Aplikasi ini juga tidak hanya menjadi media hiburan tetapi telah berkembang menjadi platform edukasi, bisnis, hingga penyebaran informasi.

Budaya populer dapat dilihat dalam beberapa konteks, antara lain dibangun di atas kesenangan yang tidak substansial dan memberikan kebebasan dari rasa jenuh setelah melakukan pekerjaan sehari-hari, dapat menghancurkan budaya tradisional, menjadi masalah dari perspektif ekonomi, dan sebagai

bentuk budaya yang mengalir dari atas, seperti yang terlihat dalam perspektif Marxis. Tiktok menjadi aplikasi terpopuler di dunia. Indonesia berada di urutan kedua setelah Amerika dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang termasuk media online dan konvensional yang masing-masing memiliki akun tiktok. Dalam content-nya, para media mengunggah pemberitaan hard news maupun soft news secara singkat dengan memanfaatkan fitur caption dan hashtags untuk dibagikan kepada pengguna yang dituju (L. A. Putri & Santoso, 2022).

Berikut ini beberapa alasan aplikasi TikTok menjadi populer di Indonesia, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Demmy Deriyanto dan Fathul Qorib, tiktok memberikan banyak manfaat untuk penggunanya seperti memperluas jaringan pertemanan, hiburan, dan memberikan segala informasi yang menarik. Dalam penggunaannya, aplikasi TikTok bisa digunakan sebagai media hiburan, media pembelajaran atau edukasi, media promosi, dan media interaksi sosial.

a. Aplikasi TikTok sebagai Media Hiburan

TikTok sebagai media hiburan menawarkan pengalaman yang unik dan interaktif bagi penggunanya. Dengan format video pendek, biasanya berdurasi 15 detik hingga 10 menit, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengonsumsi berbagai konten menarik, mulai dari tarian, komedi, tutorial, hingga konten edukatif. Salah satu

daya tarik utama TikTok adalah kreativitas yang tak terbatas. Pengguna dapat membuat konten mereka sendiri dengan memanfaatkan berbagai fitur, seperti filter, efek visual, musik latar, dan alat editing video yang intuitif. Secara keseluruhan, TikTok tidak hanya menjadi sumber hiburan pasif tetapi juga aktif, di mana pengguna dapat berperan sebagai penonton maupun kreator. Kombinasi konten yang variatif, fitur yang mendukung kreativitas, dan algoritma personalisasi menjadikan TikTok salah satu platform hiburan digital yang paling populer saat ini.

Aplikasi Tiktok bisa digunakan sebagai media hiburan, cara mengekspresikan diri, dan mengeluarkan kreativitas yang dimiliki seseorang. Konten yang ada pada aplikasi Tik Tok ini umumnya berupa video-video lucu untuk menghibur para penggunanya. Apalagi pada saat pandemi Covid-19 masyarakat menghabiskan waktunya untuk tetap berdiam diri di rumah dan melakukan segala aktivitas di dalam rumah. Untuk menghilangkan rasa jenuh, masyarakat beralih menggunakan aplikasi Tik Tok untuk menonton ataupun membuat video pendek (Utami et al., 2021).

b. Aplikasi TikTok sebagai Media Pembelajaran atau Edukasi

Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform yang efektif untuk pembelajaran dan edukasi. Dengan format video pendek yang khas, TikTok mampu menyampaikan informasi dan materi pendidikan secara ringkas, padat, dan menarik. Pengguna dapat memanfaatkan konten edukatif dalam

berbagai bidang, mulai dari sains, sejarah, bahasa, hingga keterampilan praktis seperti memasak, kerajinan tangan, atau tips produktivitas. Salah satu keunggulan TikTok sebagai media pembelajaran adalah kemampuannya dalam menyederhanakan informasi kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Banyak kreator konten pendidikan yang menggunakan pendekatan visual, storytelling, serta kombinasi antara audio dan teks untuk menyampaikan pesan dengan jelas. Misalnya, dalam bidang sains, kreator seringkali membuat eksperimen sederhana yang divisualisasikan dengan menarik, sehingga konsep ilmiah yang mungkin terkesan rumit menjadi lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk anak-anak dan remaja.

Di bidang bahasa dan literasi, banyak kreator membagikan tips belajar bahasa asing, penjelasan tata bahasa, hingga rekomendasi buku bacaan. Konten-konten ini biasanya dikemas dengan teknik visual yang kreatif dan humor ringan, sehingga mampu menarik perhatian pengguna dan membuat proses belajar terasa menyenangkan. Selain itu, terdapat pula edukator yang membahas isu-isu sosial, sejarah, hingga memberikan wawasan terkait perkembangan teknologi dan informasi terkini. TikTok juga mendukung pembelajaran melalui fitur live streaming, di mana edukator dapat berinteraksi langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan, atau memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai suatu topik. Fitur ini memberikan pengalaman

belajar yang lebih interaktif dan memungkinkan terciptanya diskusi yang konstruktif.

Meski begitu, pengguna tetap perlu bersikap kritis dalam menyaring informasi di TikTok. Tidak semua konten yang diunggah di platform ini berasal dari sumber yang kredibel. Oleh karena itu, penting untuk selalu memverifikasi informasi dan mengikuti akun-akun yang memang sudah terbukti memiliki kredibilitas dalam bidangnya.

Secara keseluruhan, TikTok sebagai media pembelajaran dan edukasi menawarkan cara yang inovatif dan menyenangkan untuk memperoleh pengetahuan. Melalui pendekatan visual, durasi singkat, dan kemudahan akses, TikTok berhasil menciptakan ruang edukasi yang dapat dijangkau oleh semua kalangan, menjadikannya salah satu media sosial yang berpotensi memberikan manfaat positif dalam proses belajar modern.

TikTok juga dapat digunakan sebagai media konten pendidikan, khususnya di bidang pembelajaran digital. Selama pandemi COVID-19, para guru di Jawa Tengah menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran untuk menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan interaktif bagi siswanya. Menurut *Head of Content and User Operations* Tik Tok Indonesia, telah terjadi peningkatan konten. edukasi di platform tersebut, dengan tagar #SamasamaBelajar (yang artinya "belajar bersama") saja sudah dilihat lebih dari 2 miliar kali dalam 29 hari, dan sekarang telah mencapai 50 miliar tampilan. Konten #SamasamaBelajar

mencakup video yang mengajarkan berbagai mata pelajaran seperti bahasa Korea, bahasa Inggris, ulasan komputer, bahkan rumus matematika. TikTok juga menjalankan berbagai program untuk mempromosikan pendidikan, seperti #MerdekaBelajar yang bertujuan untuk mengapresiasi kreator yang telah membagikan konten edukasi kepada pengikutnya, dan Tik Tok Class yang memberikan pelatihan kepada pengguna yang ingin membuat konten edukasi dan menjadi kreator sendiri. Secara keseluruhan, format pendek platform, konten yang dapat dihubungkan, dan berbagai program dan inisiatif yang ada, menunjukkan kemampuan. Tik Tok untuk digunakan sebagai alat yang efektif untuk pembelajaran dan pendidikan digital (Fitriani, 2021).

c. Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi

TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial yang sangat efektif sebagai media promosi. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif di seluruh dunia, TikTok menawarkan peluang besar bagi brand, bisnis, dan individu untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam. Keunikan platform ini terletak pada format video pendeknya, yang memungkinkan promosi dilakukan dengan cara yang kreatif, interaktif, dan relevan bagi generasi digital.

Salah satu alasan utama TikTok efektif sebagai media promosi adalah algoritmanya yang sangat personal. Melalui halaman *For You Page* (FYP), konten promosi dapat menjangkau pengguna di luar pengikut langsung suatu akun. Algoritma ini bekerja dengan

menampilkan konten berdasarkan minat dan interaksi pengguna sebelumnya, sehingga iklan atau konten promosi yang relevan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan perhatian audiens yang tepat. Hal ini berbeda dengan media sosial lainnya yang umumnya lebih bergantung pada jumlah pengikut untuk penyebaran konten.

Brand dan bisnis memanfaatkan TikTok dengan berbagai cara, salah satunya melalui *branded content* atau konten bersponsor. Mereka bekerja sama dengan kreator konten atau *influencer* untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. *Influencer marketing* di TikTok sangat efektif karena kreator konten cenderung memiliki pengaruh kuat terhadap pengikutnya, terutama jika mereka berhasil menyampaikan pesan promosi dengan cara yang autentik dan tidak terkesan terlalu komersial. Kreator konten sering kali menggunakan pendekatan cerita (*storytelling*) atau mengikuti tren dan tantangan (*challenge*) yang sedang populer untuk memasukkan elemen promosi secara halus dalam konten mereka.

Selain itu, TikTok menyediakan berbagai fitur iklan berbayar, seperti *In-Feed Ads*, *Brand Takeover*, *TopView Ads*, hingga *Branded Hashtag Challenge*. Fitur *In-Feed Ads* memungkinkan iklan muncul di antara konten-konten organik di FYP pengguna, sedangkan *Brand Takeover* dan *TopView Ads* memberikan visibilitas penuh dengan menampilkan iklan segera setelah pengguna membuka aplikasi. Sementara itu, *Branded Hashtag Challenge* memungkinkan brand

menciptakan tantangan tertentu yang mengajak pengguna terlibat aktif dalam kampanye, seperti membuat video dengan tema atau lagu khusus yang ditentukan oleh brand.

Promosi melalui TikTok juga memanfaatkan tren viral sebagai strategi pemasaran. Karena TikTok dikenal dengan tren yang cepat berganti, brand yang mampu mengikuti atau bahkan menciptakan tren baru berpeluang besar mendapatkan eksposur luas. Banyak kampanye promosi yang menjadi viral karena konsepnya yang kreatif dan mudah diikuti oleh pengguna lain. Ketika sebuah tantangan atau lagu yang dikaitkan dengan brand menjadi viral, efek promosi tidak hanya berhenti di aplikasi TikTok tetapi juga meluas ke platform media sosial lainnya.

TikTok juga memberikan kesempatan bagi bisnis kecil dan menengah untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih terjangkau dan kreatif. Banyak UMKM yang memanfaatkan TikTok untuk menampilkan proses produksi, membagikan kisah di balik bisnis mereka, atau bahkan melakukan siaran langsung untuk berjualan *live shopping*. Melalui pendekatan ini, bisnis kecil dapat membangun koneksi yang lebih personal dengan audiens dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, TikTok sebagai media promosi menawarkan fleksibilitas dan kreativitas yang tinggi. Melalui kombinasi antara konten, iklan berbayar, dan kolaborasi dengan kreator konten, brand dapat menciptakan kampanye yang menarik, relevan, dan efektif.

Tantangan utamanya terletak pada bagaimana brand dapat menyeimbangkan antara pesan komersial dan hiburan, sehingga promosi tidak terkesan memaksa tetapi justru menjadi bagian dari pengalaman pengguna di TikTok.

Menurut Maulana Ishak, jumlah pengguna aktif Tik Tok di Indonesia berkisar antara 10 juta hingga 732 juta. Jumlah pengguna yang tinggi ini menjadikan Tik Tok pasar yang berharga untuk mempromosikan produk. Pemilik bisnis memiliki cara berbeda untuk menarik pelanggan dengan membuat video menarik dan kreatif di TikTok yang sesuai dengan tren saat ini. Bahkan platform belanja online seperti Shoppe, Lazada, dan Tokopedia, menggunakan TikTok untuk mempromosikan penjualan besar-besaran. selama tanggal atau bulan tertentu, seperti 9.9 dan 10.10, serta diskon akhir tahun.. Tik Tok telah menjadi platform untuk mempromosikan produk, dan pemilik bisnis menggunakannya untuk mengiklankan produk mereka melalui penjualan besar dan promosi lainnya. Ini memudahkan pengguna dan pembeli untuk menemukan dan mengakses produk yang mereka inginkan. Selain itu, algoritme TikTok juga membantu menjangkau audiens target yang tepat dengan menampilkan konten kepada mereka yang kemungkinan besar tertarik (Saffira & Rahmawan, 2022).

d. Aplikasi Tik Tok sebagai Media Interaksi Sosial

TikTok sebagai media interaksi sosial menawarkan pengalaman unik bagi penggunanya dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan

orang lain di seluruh dunia. Aplikasi ini tidak hanya sekadar platform berbagi video pendek, tetapi juga membangun ekosistem sosial di mana pengguna dapat terlibat dalam percakapan, mengikuti tren, dan membentuk komunitas berdasarkan minat yang sama. Melalui berbagai fitur yang interaktif, TikTok memungkinkan penggunaannya untuk tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga aktif berkontribusi dalam berbagai bentuk konten dan interaksi sosial.

Salah satu aspek utama dari interaksi sosial di TikTok adalah kolom komentar. Pengguna dapat meninggalkan komentar pada setiap video yang mereka tonton, memberikan tanggapan, bertanya, atau bahkan memulai diskusi dengan kreator maupun pengguna lainnya. Kolom komentar ini sering kali menjadi ruang terbuka di mana berbagai pendapat dan reaksi berkumpul, menciptakan percakapan yang dinamis. Tidak jarang komentar-komentar lucu atau cerdas di TikTok justru menjadi sorotan tersendiri, bahkan memunculkan konten baru yang terinspirasi dari komentar tersebut.

Fitur *duet* dan *stitch* di TikTok juga memperluas dimensi interaksi sosial di platform ini. Dengan *duet*, pengguna dapat membuat video baru yang dipasangkan secara berdampingan dengan video asli, menciptakan konten kolaboratif meskipun tidak berada di tempat yang sama atau bahkan tidak saling mengenal sebelumnya. Fitur ini sering digunakan untuk bernyanyi bersama, menanggapi video tertentu, atau ikut serta dalam tantangan kreatif. Sementara itu, *stitch* memungkinkan pengguna

untuk mengambil sebagian video orang lain dan menambahkannya ke video buatan mereka sendiri, memberikan ruang untuk berkreasi dan berinteraksi dengan konten yang sudah ada. Kedua fitur ini tidak hanya mendorong kreativitas tetapi juga menciptakan jembatan interaksi antara pengguna.

Selain itu, tren dan tantangan *challenges* yang sering muncul di TikTok juga mendorong interaksi sosial secara massal. Ketika sebuah tantangan menjadi viral, ribuan bahkan jutaan pengguna ikut serta dengan membuat versi mereka sendiri. Melalui hashtag dan konten yang serupa, pengguna merasa menjadi bagian dari sebuah gerakan atau komunitas global. Tantangan ini tidak hanya menciptakan interaksi secara tidak langsung tetapi juga membangun rasa kebersamaan di antara pengguna yang mungkin tidak saling mengenal sebelumnya.

TikTok juga memfasilitasi interaksi sosial dalam bentuk komunitas berbasis minat. Banyak akun atau kreator yang mengkhususkan diri pada topik tertentu, seperti musik, kuliner, literasi, kesehatan mental, atau hobi tertentu. Pengguna yang memiliki minat serupa akan mengikuti akun-akun ini, berinteraksi melalui komentar, dan berbagi pengalaman pribadi mereka. Misalnya, dalam komunitas kesehatan mental, banyak pengguna yang saling mendukung dan berbagi cerita melalui video dan komentar, menciptakan lingkungan yang suportif dan positif.

Dalam konteks interaksi sosial, TikTok tidak hanya menciptakan ruang untuk komunikasi tetapi juga menyediakan berbagai cara bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri dan terhubung dengan dunia luar. Meskipun bersifat digital, interaksi yang terjadi di Tiktok sering kali memiliki dampak nyata dalam kehidupan sosial penggunanya, baik dalam bentuk hubungan pertemanan baru, kolaborasi kreatif, hingga dukungan emosional dalam komunitas tertentu. Dengan segala fiturnya, TikTok telah berhasil menjadi lebih dari sekadar aplikasi berbagi video, melainkan sebuah platform sosial yang mampu menghubungkan jutaan orang di berbagai belahan dunia melalui kreativitas dan interaksi yang otentik.

Tiktok juga dapat digunakan sebagai platform media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain. Konten di TikTok memberikan informasi dan berita tentang peristiwa terkini di seluruh dunia. Aplikasi ini juga menampilkan bagian komentar, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara terbuka satu sama lain dan berbagi pemikiran dan pendapat mereka. Selain itu, ia juga memiliki fitur perpesanan langsung untuk interaksi pribadi. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain, berbagi informasi, dan terlibat dalam diskusi terbuka di platform. Itu juga memungkinkan pengguna untuk mengikuti dan berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh dunia, menjadikannya alat yang hebat untuk bersosialisasi dan memperluas jaringan seseorang.

Menurut Nasrullaah, informasi merupakan aspek integral dari media sosial karena menciptakan representasi identitas platform, menghasilkan konten, dan memfasilitasi interaksi berdasarkan informasi yang dibagikan. Ini terlihat dari bagaimana TikTok lebih banyak digunakan untuk hiburan dan bersosialisasi daripada sebagai platform berita (Deriyanto et al., 2019).

2. Fitur-Fitur Aplikasi TikTok

Berikut ini beberapa fitur yang ada dalam aplikasi TikTok, diantaranya sebagai berikut :

a. Beranda Tiktok

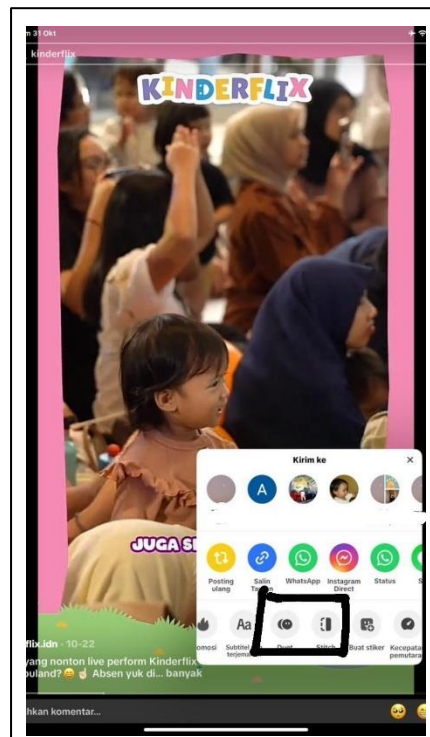


Gambar 2.1 Tampilan Halaman Beranda Tiktok

Ketika pengguna masuk ke aplikasi TikTok, pengguna akan diarahkan langsung ke halaman beranda. Di halaman ini, pengguna bisa langsung menonton video yang di unggah oleh pengguna lain secara acak. Beranda TikTok, yang dikenal sebagai "For You Page" (FYP),

menampilkan video pendek yang dipersonalisasi sesuai minat pengguna. Algoritma TikTok memilih konten berdasarkan interaksi seperti suka, komentar, dan tontonan hingga selesai. TikTok dirancang untuk memberikan pengalaman menonton yang seru dan personal. Ada beberapa fitur yang terdapat di halaman beranda, diantaranya fitur shop, fitur merekam video, kotak masuk, profil dan pencarian. Selain itu, ada juga simbol love yang berfungsi untuk menyukai konten tersebut, ada kolom komentar untuk berinteraksi dengan pengguna lain, dan kolom share untuk membagikan konten tersebut kepada orang yang ingin kita tuju.

b. Fitur Stich



Gambar 2.2. Tampilan Fitur Stich

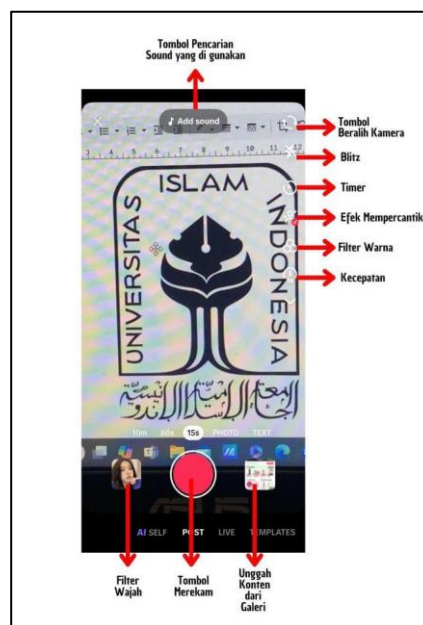
Fitur Stitch merupakan salah satu inovasi TikTok yang memungkinkan pengguna untuk menggabungkan sebagian video orang lain ke dalam video mereka sendiri. Melalui fitur ini, pengguna dapat memotong hingga lima detik dari video lain dan menambahkannya ke awal video baru yang mereka buat. Dengan begitu, Stitch berfungsi sebagai bentuk interaksi kreatif dan kolaboratif yang memperluas ruang partisipasi di platform TikTok.

Berbeda dengan fitur Duet yang menampilkan dua video berdampingan secara bersamaan, Stitch memberikan kesempatan bagi pengguna untuk merespons, menanggapi, atau melanjutkan narasi video orang lain secara lebih bebas. Fitur ini banyak dimanfaatkan untuk membuat konten reaksi, analisis, klarifikasi, parodi, hingga diskusi terbuka terhadap isu-isu tertentu. Karena sifatnya yang terbuka, Stitch berperan penting dalam membentuk dialog antar pengguna serta memperkuat budaya partisipatif di media sosial.

Namun, di sisi lain, fitur Stitch juga memiliki potensi menimbulkan kontroversi dan penyalahgunaan. Potongan video yang diambil dapat dipelintir atau digunakan dalam konteks yang berbeda dari maksud aslinya, sehingga berisiko memunculkan kesalahpahaman atau bahkan pelecehan digital. Fenomena ini sering kali terjadi ketika video seseorang menjadi viral, lalu di-*stitch* oleh banyak pengguna dengan beragam komentar—baik yang positif maupun negatif.

Dengan demikian, fitur Stitch di TikTok tidak hanya menjadi sarana kreatif untuk membangun interaksi, tetapi juga memperlihatkan bagaimana mekanisme platform digital dapat membentuk dinamika komunikasi dan persepsi publik terhadap individu atau isu tertentu.

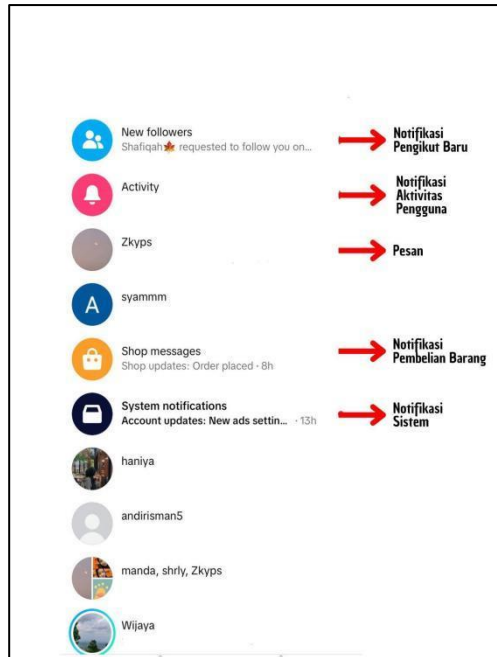
c. Fitur Merekam Video



Gambar 2.3. Tampilan Fitur Merekam Video

Fitur ini digunakan saat Anda ingin membuat sebuah konten, baik video, foto ataupun hanya text saja sesuai durasi yang anda inginkan. Dalam pembuatan konten, Anda bisa memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi TikTok, diantaranya fitur kamera depan dan belakang, menambahkan atau memperlambat kecepatan, menggunakan filter dan efek. Anda juga bisa menambahkan *background* pada konten yang dibuat. Selain itu konten ini bisa dibagikan ke Story TikTok atau ke beranda.

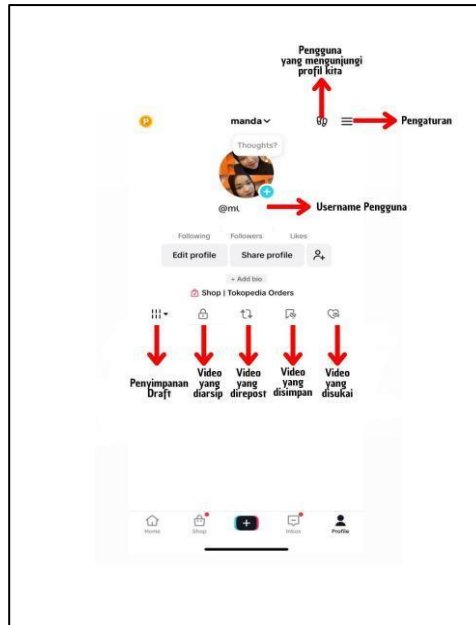
d. Fitur Kotak Masuk



Gambar 2.4. Tampilan Inbox (Tampilan Kotak Masuk)

Fitur kotak masuk berguna untuk melihat segala aktivitas yang ada di TikTok. Pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui fitur pesan yang ada di pojok kanan atas. Selain itu, pengguna juga bisa melihat notifikasi pengikut baru, update perjalanan paket belanjaan yang di pesan di TikTok Shop sebelumnya, dan lain sebagainya.

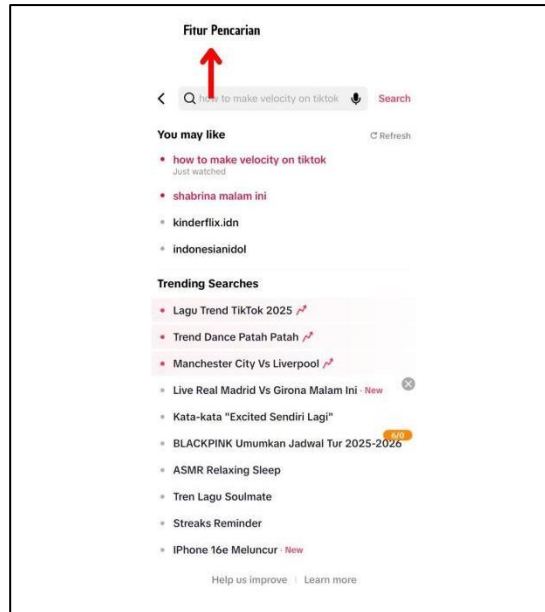
e. Fitur Profil



Gambar 2.5. Tampilan Fitur Profil pada Akun Tiktok

Fitur akan berfungsi untuk memberitahukan pengguna lain tentang identitas kita. Dalam fitur ini, kita bisa melihat konten-konten yang sudah kita buat dan bagikan sebelumnya. Kita juga bisa melihat konten-konten pengguna lain yang kita sukai dan simpan sebagai favorit. Tidak hanya itu, kita bisa menaruh link social media kita seperti Youtube, Instagram, bahkan Email di profil TikTok.

f. Fitur Pencarian



Gambar 2.6. Tampilan Fitur Pencarian

Dalam fitur ini, pengguna bisa mencari video ,musik, produk-produk dan akun pengguna lain dengan memasukan ID atau namanya sesuai dengan *username* Profil TikTok

B. Kinderflix

Kinderflix sendiri merupakan channel Youtube baru yang berfokus pada edukasi anak-anak usia balita.Channel tersebut baru saja bergabung dengan Youtube pada tanggal 4 September 2023 dengan total video edukasi berjumlah 9 video. Kinderflix ini di dirikan oleh seorang pengusaha muda sekaligus *youtuber* asal semarang yang bernama Delfano Charies. Konten mereka berfokus pada proses tumbuh kembang anak, terutama untuk melatih pelafalan

dalam berkata sehingga dapat mencegah anak mengalami *speech delay* atau keterlambatan dalam berbicara.

Selain menggunakan Youtube sebagai media edukasinya, Kinderflix juga menggunakan platform media TikTok serta Instagram untuk mengunggah video- video edukasi dengan nama akun @Kinderflix.idn. Kinderflix memiliki 3 host untuk membawakan acara mereka, yang biasa dipanggil dengan sebutan Kak Aldi, Kak Zalva, dan Kak Nisa.

Akun @Kinderflix.idn ini menawarkan video interaktif yang membantu anak-anak mempelajari keterampilan motorik mereka, belajar berbicara dan mendengarkan musik. Tujuan Akun @Kinderflix.idn di Tiktok ini untuk memungkinkan anak-anak mengalami pengalaman yang aman dan mendidik dengan menghindari paparan konten yang tidak sesuai atau tidak pantas untuk usia mereka. Dengan demikian, orangtua (Kinderparents) dapat memiliki akses ke konten yang sesuai dengan usia balita. Dalam tayangan unggahan video Tiktoknya Kinderflix membantu anak-anak mengembangkan keterampilan kemampuan motorik mereka, video Kinderflix yang interaktif ini membantu anak-anak untuk lebih aktif dan berinteraksi dengan pembawa acara dan kontennya.

Kinderflix mulai dikenal publik melalui video pertama mereka, Belajar Untuk Bayi dan Balita yang dibawakan oleh Nisa. Pembawaan *host* yang *ceria*, ramah dan menarik, berhasil memikat banyak penonton hingga video tersebut berhasil ditonton sebanyak 8.4 juta kali dalam di akun Youtubanya @Kinderflix.idn dalam kurun waktu 2 bulan. Selain mendapatkan simpati di

channel Youtubanya, Kinderflix juga memiliki pengikut yang cukup banyak di akun Tiktoknya sebanyak 109,5 ribu pengikut dan mendapatkan 1,9 juta *likes* dari 31 video yang di unggah di akun Tiktoknya. Salah satu video konten yang di unggah di Tiktok nya mendapatkan 6,6 juta *views dan* mendapatkan 379,6 ribu *likes*.

Para orang tua (Kinderparents) yang menyukai konten edukasi dari Kinderflix bahkan mengunggah video di akun TikTok mereka yang memperlihatkan anak mereka menonton acara tersebut. Hal tersebut tentu membuat banyak netizen semakin sering mendapat terpaan mengenai konten Kinderflix yang muncul di FYP (For Your Page) di akun Tiktok atau Instagram mereka. Unggahan- unggahan tersebut juga turut andil dalam membuat host Kinderflix banyak dikenal, khususnya Kak Nisa.

C. Profil Kak Nisa (*Host Kinderflix*)

Anisa Rostiana atau yang akrab di panggil Kak Nisa lahir di Bandung pada tahun 2000. Saat ini, ia telah berusaha 23 tahun dan dikenal memiliki latar belakang akademis yang impersif. Kak Nisa merupakan lulusan Ilmu Psikologi Universitas Kristen Maranatha Bandung angkatan 2019 dab berhasil mendapatkan gelar Sarjana Psikologi pada tahun 2023. Ia juga memiliki pengalaman pendidikan di SMA Angkasa Lanud Husein Bandung.

Kak Nisa memiliki pengalaman di dunia akademik, dia bahkan pernah menjadi astisten dosen dan juga aktif menjalani program magang sebagai staff HRD di kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL). Berbekal pengalaman mengajar, Kak Nisa juga pernah menjadi guru bimbingan

konseling di MTS Misbahunnur Bandung selama 2 bulan. Pada awalnya, Pada awalnya Kak Nisa hanya diajak oleh kakak kandungnya untuk mendaftarkan diri sebagai *host* Kinderflix, setelah mendaftar Kak Nisa mengikuti *casting* untuk menjadi *host* Kinderflix, berbekal pengalaman sebagai anak kabaret semasa di perkuliahan dan di dukung dengan gelar Sarjana Psikologi, terlebih Kak Nisa memiliki tujuan utama nya untuk berkontribusi dalam memberikan edukasi yang bermanfaat bagi anak-anak melalui Kinderflix. Sehingga menjadikan Kak Nisa percaya diri dapat bergabung di Kindeflix sebagai *host* utama. Konten yang disuguhkannya berupa edukasi anak-anak dan konten buatnya ini dinilai sangat menghibur dan bermanfaat, Kak nisa juga terbilang sangat ceria dan disukai oleh banyak anak-anak.

Pembawaan Kak Nisa yang selalu ceria, hangat, dan penuh semangat dalam setiap penampilannya, Kinderflix semakin dikenal luas oleh berbagai kalangan. Gaya penyampaian Kak Nisa yang menyenangkan dan energik mampu menarik perhatian anak-anak serta membuat mereka betah menyaksikan konten-konten edukatif yang disajikan. Tak hanya itu, karakter ceria nya juga berhasil membangun hubungan akrab dengan para orang tua (*Kinderparents*).

D. Gambaran Video Konten Kak Nisa dalam Unggahan Akun Kinderflix

Tiktok Kinderflix berfokus pada konten yang ramah keluarga dan anak-anak, dengan video yang menyajikan hiburan edukatif, cerita, lagu atau aktivitas kreatif yang menarik. Akun ini memiliki estetika yang ceria dan penuh warna, dengan penyampaian yang ramah dan menyenangkan.

Konten-konten yang di suguhkan di akun Tiktok Kinderflix yang di unggah berisi tips *parenting*, video animasi, cuplikan dari acara atau film anak-anak, serta ajakan untuk menonton konten lengkap di platform YouTube serta Tiktok. Akun Tiktok Kinderflix ini memiliki interaksi tinggi dengan para penonton, seperti tantangan, kuis interaktif yang melibatkan komentar dari audiens. Secara keseluruhan, video konten Tiktok Kinderflix ini berfokus untuk menciptakan konten yang menyenangkan, edukatif, dan ramah keluarga, konten Tiktok Kinderflix ini di rancang untuk menciptakan pengalaman digital yang aman, mendidik dan menghibur bagi anak-anak serta memberikan nilai tambah bagi orang tua untuk memberika tontonan yang tepat pada anak-anaknya.

Video-video konten Kak Nisa di akun TikTok Kinder Flix (@kinderflix.idn) umumnya berfokus pada edukasi anak-anak dengan konsep belajar sambil bermain. Kak Nisa sering tampil dengan pembawaan ceria dan interaktif, menggunakan lagu-lagu anak, permainan edukatif, serta aktivitas motorik yang mendukung tumbuh kembang balita.

Konten-kontennya mencakup berbagai tema, seperti belajar bicara, gerakan tubuh, dan pengenalan mainan anak-anak. Beberapa video menunjukkan Kak Nisa berinteraksi langsung dengan anak-anak, memberikan panduan pembelajaran, dan menciptakan suasana belajar yang menyenangkan. Selain itu, ada juga video yang menampilkan momen-momen lucu dan menghibur bersama karakter lain di Kinderflix.

Kinderflix akun berfokus pada menciptakan konten yang menyenangkan, edukatif, dan ramah keluarga. Berikut adalah gambaran detail tentang akun ini:

1. Konten Utama:



Gambar 2.7. Konten Unggahan 27 Oktober 2023 (Host Utama Kinderflix)

Sumber : Akun Tiktok @Kinderflix.idn

Dalam konten utama yang di unggah akun Tiktok @Kinderflix.idn yang berisi video Edukatif, dimana konten unggahan Kinderflix menyajikan video yang berisi pembelajaran ringan untuk anak-anak, seperti pengenalan huruf, angka, warna, atau bentuk melalui lagu dan cerita. Selain video yang menarik Kinderflix juga menggunakan cerita dan lagu untuk mendukung video unggahan yang menarik Kinderflix juga mengunggah cerita anak-anak yang menarik dan lagu-lagu yang mudah diingat untuk membantu perkembangan bahasa dan kreativitas. Dalam konte unggahan nya, Kinderflix menampilkan cuplikan dari berbagai program, cuplikan pendek ini berasal dari acara atau film animasi yang tersedia di platform YouTube mereka untuk menarik penonton muda.

2. Estetika Visual:



Gambar 2.8. Visual Konten Edukasi Kinderflix

Sumber : Akun Tiktok @Arzanka

Estetika visual pada konten Kinderflix di TikTok menonjolkan nuansa yang ceria, penuh warna, dan ramah anak. Penggunaan palet warna-warna cerah seperti merah, kuning, biru, dan hijau mendominasi setiap video, menciptakan suasana yang menyenangkan dan menarik bagi audiens utamanya, yaitu anak-anak. Latar belakang dalam video sering kali menggunakan dekorasi yang imajinatif, seperti gambar karakter kartun, mainan edukatif, dan elemen visual yang interaktif. Pengambilan gambar dalam konten Kinderflix biasanya menggunakan sudut pandang *eye-level*, membuat penonton anak-anak merasa seolah-olah berada dalam satu ruang yang sama dengan Kak Nisa. Transisi dan efek visual yang digunakan juga sederhana tetapi efektif, seperti animasi ringan, stiker lucu, dan efek suara yang mendukung aktivitas dalam video.

Secara keseluruhan, estetika visual dalam konten Kinderflix tidak hanya mendukung pesan edukatif yang ingin disampaikan tetapi juga memberikan pengalaman menonton yang menyenangkan dan sesuai dengan

perkembangan sensorik anak-anak. Konten ini berhasil menggabungkan aspek hiburan dan pembelajaran dengan cara yang menarik secara visual. Kinderflix juga memunculkan karakter animasi untuk membantu sarana edukasi pada anak Kinderflix juga selalu menampilkan karakter animasi lucu dan ramah yang menjadi ikon atau maskot Kinderflix, membantu memperkuat identitas brand.

3. Gaya Penyampaian:



Gambar 2.9. Opening Konten Kinderflix yang disampaikan Kak Nisa

Sumber : Akun Tiktok @Kinderflix

Gaya penyampaian yang terkesan ramah dan ceria menjadikan Kak Nisa sebagai host utama Kinderflix menggunakan bahasa yang sederhana, ramah, dan penuh semangat, dengan banyak senyuman dan gerakan tangan yang membuat konten terasa hangat dan bersahabat. Kak Nisa juga selalu Interaktif dalam setiap konten unggahan Kinderflix, sebagai host Kak Nisa juga mengajak penonton untuk berpartisipasi dalam tantangan, kuis, atau memberikan tanggapan di kolom komentar.

4. Target Audiens



Gambar 2.10. Postingan Ulang *Kinderparents* yang di unggah Akun Kinderflix

Sumber : Akun Tiktok @Kinderflix

Target audiens akun TikTok Kinderflix terutama adalah anak-anak usia prasekolah hingga sekolah dasar, biasanya dalam rentang usia 2 hingga 8 tahun. Kontennya didesain untuk mendukung perkembangan kognitif, motorik, dan sosial anak-anak melalui pendekatan yang menyenangkan dan edukatif. Hal ini terlihat dari materi video yang meliputi lagu anak-anak, permainan interaktif, cerita pendek, dan aktivitas kreatif yang sesuai dengan tahapan tumbuh kembang anak. Meskipun fokus utamanya pada anak-anak, konten Kinderflix juga secara tidak langsung menargetkan orang tua, pengasuh, dan pendidik. Melalui konten-konten yang aman dan positif, akun ini memberikan inspirasi bagi orang dewasa dalam menciptakan aktivitas edukatif di rumah atau di lingkungan belajar. Kak Nisa, sebagai host utama,

menggunakan bahasa yang sederhana dan ekspresi yang ramah, sehingga pesan-pesan dalam video dapat dengan mudah dipahami oleh anak-anak.

5. Engagement:



Gambar 2.11. Postingan dengan *likes* dan komentar terbanyak di Akun Tiktok @Kinderflix.idn

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix

Salah satu video dengan engagement tertinggi di akun TikTok Kinderflix (@kinderflix.idn) adalah video yang diunggah pada 14 Oktober 2024, di mana video tersebut berhasil meraih 253,9 ribu likes dan 6.312 komentar. Tingginya jumlah likes dan komentar ini menunjukkan bahwa konten tersebut mendapatkan respons yang sangat positif dari audiens. Video ini tidak hanya menarik perhatian anak-anak sebagai target utama tetapi juga mengundang komentar dari kalangan orang dewasa, termasuk orang tua dan pengasuh anak. Banyaknya komentar menunjukkan adanya interaksi aktif antara penonton dan konten, yang memperlihatkan

bagaimana konten Kinderflix mampu memicu percakapan di kolom komentar, baik yang berisi apresiasi, pertanyaan, maupun diskusi seputar konten edukatif yang disajikan.

Selain itu, konten-konten video Kinderflix secara konsisten memperoleh ribuan likes dan komentar di setiap unggahannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi konten yang digunakan berhasil menjaga minat audiens. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya engagement ini antara lain adalah konsep konten yang edukatif namun tetap menghibur, pembawaan ceria dari Kak Nisa, serta penggunaan pendekatan visual yang menarik untuk anak-anak. Kak Nisa sering mengajak penonton untuk berpartisipasi dalam komentar, baik dengan memberikan pertanyaan, meminta penonton membagikan pengalaman, maupun melalui tantangan interaktif.

Untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan kontennya, Kinderflix juga memanfaatkan hashtag populer seperti #Kinderflix, #BelajarSambilBermain, #TontonanAnak, dan #TontonanBalita. Penggunaan hashtag ini membantu konten Kinderflix lebih mudah ditemukan di platform TikTok, terutama oleh audiens yang mencari konten edukatif dan hiburan untuk anak-anak. Melalui kombinasi antara kualitas konten, strategi engagement, dan pemanfaatan hashtag yang tepat, Kinderflix mampu menciptakan ekosistem konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik, sekaligus menjaga interaksi yang baik dengan audiensnya.

6. Promosi Lintas Platform:

Kinderflix menerapkan strategi promosi lintas platform yang efektif dengan memanfaatkan berbagai media sosial, termasuk YouTube, TikTok, dan Instagram. Konten edukatif dan menghibur untuk balita dan anak-anak ini dihadirkan dalam berbagai format yang sesuai dengan karakteristik setiap platform. Di YouTube, Kinderflix menyediakan video dengan durasi yang lebih panjang dan mendalam, sementara di TikTok, kontennya lebih singkat, kreatif, dan interaktif, mengikuti tren yang sedang populer. Di Instagram, mereka memanfaatkan feed, story, dan reel untuk membangun interaksi yang lebih dekat dengan audiens, baik anak-anak maupun orang tua.

Strategi promosi lintas platform ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga menciptakan efek berantai, di mana konten yang viral di satu platform dapat meningkatkan engagement di platform lainnya. Seperti ajakan menonton di YouTube dimana ajakan ini secara aktif mengarahkan penonton TikTok untuk melihat konten lengkap di channel YouTube Kinderflix, meningkatkan interaksi lintas platform.

7. Kolaborasi



Gambar 2.12. Konten kolaborasi dengan MS Kids Official

Sumber : Akun Tiktok Kinderflox

Kinderflox juga mengunggah konten berupa kerjasama dengan Brand, selain konten edukasi, Kinderflox juga mengunggah konten berkolaborasi dengan brand atau produk yang relevan dengan anak-anak atau keluarga, contohnya berkolaborasi dengan suatu brand produk perawatan kulit anak-anak yaitu MS Kids Official

E. Unit Analisis

Peneliti di sini akan berfokus ke komentar yang mengarah pada unsur pelecehan yang di konstrusikan melalui godaan, kalimat multitafsir, sindiran seksual, melalui konstruksi pelecehan melalui objetifikasi serta penggunaan simbol atau emoticon yang ada dalam Tiktok akun @Kinderflox.idn.

Tabel. 2.1 Komentar pada konten Tiktok Akun @Kinderflix.idn

No	Bentuk Komentar	Nama Akun	Komentar
1	Konstruksi pelecehan melalui sindiran seksual	”menemani tumbuh kembang si ayah”	@Ayy ✓
2		”recommmend untuk bayi mullet dibawah 30 tahun”	@mechanickeliling
3		”bayi umur 11 bulan lebih 20 tahun seneng sekali”	@zassnan
4		”gue udah 40 kok rajin nonton ya 😊”	@Yoedhaprasoetyja
5		”idaman balita kelahiran 1990”	@adhilahmad
6		”idaman balita usia 30-40 tahun.... 😊”	@
8		”ayah semangat”	@ariiii
9		”balita (bapak bapak liat wanita)”	@naa
10		”Makasih kak nisa udah nemenin tumbuh kembang ku di usia 25 tahun”	@Unyam
11		Knstruki pelecehan melalui godaan	”ayah nungguin dari kemarin 😊”
12	”kak udah kak baper saya liatnya”		@charlims
13	”terimakasih dek udah nemenin om”		@###
14	”mewarnai hidup kami 360 bulan”		@kunfayakun
15	”gue kalo mau tidur belajar dulu bareng kak nisa”		@jaka

16		"ra butuh mancing, butuhe mbak nisa"	@SZ
17		"kau begitu sempurna"	@👉
18		"aku masih balita (bayi dimabuk wanita)	@Dwaa
19		"yang ayah tunggu-tunggu 😊"	@c 📺 1.4
20		"suara kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)	@EriFei
21	Konstruksi pecehan melalui kalimat multitafsir	"wah bisa brot nih"	@FIKONIKO
22		"👉👉👉👉"	@YT
23		"pengen crf ke KK nisa"	@RejaAgustian
24		"ahhh 😊"	@ciwww
25		"otw jadi bapak berotak senku"	@PSJxAstrophile
26		"mau kak nisa 😍"	@Zaframas
27		"ahh ga kuat sumpah liatnya 💔"	@👉
28		"kak mau crf plis"	@Lilnan
29		"nisa 💧"	@burgan
30		"kak nisa aku pengen crt"	@>k<

**Tabel. 2.2 Unit Analisa yang di teliti pada konten Tiktok Akun
@Kinderflix.idn**

No	Bentuk Komentar	Nama Akun	Komentar
1	Konstruksi pelecehan melalui sindiran seksual	”menemani tumbuh kembang si ayah”	@Ayy ✓
2		”gue udah 40 kok rajin nonton ya 😊”	@Yoedhaprasoetyja
3		”idaman balita usia 30-40 tahun..”	@
4		”makasih kak nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun”	@Unyam
5		”balita (bapak-bapak liat wanita)	@naa
6	Konstruksi pelecehan melalui godaan	”ayah nungguin dari kemarin 😊”	@miniontambang
7		”suara kak nisa candu bagi balita (bapak cinta wanita”	@EriFei
8		”terimakasih dek udah nemenin om”	@#
9		”aku masi balita (bayi dimabuk kak nisa”	@Dwaa
10		”yang ayah tunggu-tunggu”	@C.A14
11	Konstruksi pelecehan melalui kalimat multitafsir	”ahhh”	@ciwww
12		”ahh gak sumpah liatnyaa”	@
13		”kak nisa aku pengen crt”	@>k<
14		“wah bisa brot nih “	@fikonako

15		"pengen crf ke kk nisa"	@RejaAgustian
----	--	-------------------------	---------------

BAB III

HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN


TikTok merupakan aplikasi sosial media yang saat ini banyak diminati oleh semua kalangan, durasinya yang tidak terlalu panjang membuat para menikmati video tidak merasa bosan. Di lain pihak, para *content creator* pun harus memutar otak untuk dapat berkreasi dan menyajikan konten-konten TikTok yang disukai masyarakat. Hal ini tentu saja tak hanya digunakan sebagai kesenangan atau sekedar mengisi waktu kosong saja, namun keberhasilan menciptakan konten-konten yang digemari akan memberikan keuntungan finansial juga bagi para content creator



Kemudahan ini juga yang dimanfaatkan oleh para content creator yang semakin menjamur, salah satunya adalah Kinderflix.Idn yang awalnya mengupload konten video belajar untuk balita mereka di Youtube sejak 4 September 2023, kini mereka pun telah memiliki akun TikTok @kinderflix.idn yang baru aktif memposting video-video mereka pada bulan Oktober 2023. Meskipun masih terhitung belum lama dan baru mengupload 19 video, namun akun Youtube @kinderflix.idn per Januari 2025 567 ribu telah memiliki 339 ribu subscriber sedangkan di TikTok memiliki 109,6 ribu followers.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terkait komentar di akun Tiktok @Kinderflix.idn atau Kinderflix Indonesia Official, peneliti menemukan banyak dari komentar yang dilontarkan mengandung unsur *verbal sexual abuse* (pelecehan seksual secara verbal) di dalamnya. Ini cukup mengejutkan bagi berbagai pihak karena konten-konten yang diunggah dalam akun Tiktok

@Kinderflix.idn merupakan konten yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait edukasi anak-anak terutama untuk bayi di bawah lima tahun. Konten-konten yang diunggah di dalam kanal Youtube, Instagram, dan Tiktok Kinderflix awalnya diharapkan dapat membantu orang tua yang memiliki anak-masih berusia dibawah lima tahun untuk lebih mudah dalam mengedukasi dan menghibur anak-anaknya. Oleh karena itu, konten yang diunggah pun membawa nuansa yang hangat, lucu, ramah, serta desain yang menyertai unggahan juga dibuat berwarna-warni untuk menarik perhatian anak-anak. Sesuai dengan target pasarnya, wajah yang dimunculkan sebagai talent dari akun Kinderflix ini pun merupakan sosok yang sangat ramah dan ceria agar dapat memberikan kesan yang baik di benak anak-anak yang masih berusia dini. Beberapa dari wajah itu adalah Om Kumis, Kak Aldy, Kak Zalfa, dan Kak Nisa. Keempat sosok ini diperkenalkan sebagai kakak-kakak yang akan membimbing anak-anak dalam akun Kinderflix untuk mendapatkan edukasi melalui cara-cara yang menyenangkan.

Tabel. 3.1 Unit Analisa yang Diteliti

Tanggal Upload	Video yang di Upload	Jumlah Likes	Jumlah Komentar	Keterangan
11 November 2023		380,3 ribu	1,650	Unggahan video blooper pembuatan konten Kinderflix bersama host lainnya.

14 Oktober 2023		327,3 ribu	5,473	Video mengenai host (Kak Nisa) yang memberitahukan bahwa Kinderflix sudah <i>upload</i> video terbarunya di <i>Youtube</i> .
3 November 2023		287,4 ribu	1,693	Video dibalik layar pembuatan konten dari para host Kinderflix.

Pada tahap berikutnya, peneliti akan melakukan reduksi data atau pemilihan data dari ketiga konten di atas yang di dalamnya terdapat komentar dengan persepsi melecehkan secara verbal. Reduksi data ini dibutuhkan karena banyaknya data yang ditemukan pada setiap kontennya, sehingga diperlukan pengklasifikasian agar lebih jelas, terdapat 4 klasifikasi yaitu Konstuksi Pelecehan melalui Objektifikasi, Konstruksi Pelecehan melalui Sindiran Seksual, Konstruksi Pelecehan melalui Godaan dan Konstruksi Pelecehan melalui Kata Multitafsir.

Tabel. 3.2 Hasil Temuan Penelitian

No	Bentuk Komentar	Nama Akun	<i>Capture</i> Komentar
1	Konstruksi pelecehan melalui sindiran seksual	@Ayy ✓ @Yoedhaprasoetyja @Unyam @Naa	 <p>Ayy ✓ menemani tumbuh kembang si ayah 🤔🤔🤔 2023-11-9 Reply</p> <p>yoedhaprasoetyja gue umur 40 kok rajin nonton ya 🤔 2023-12-20 Reply</p> <p>☆★ 刀山刀山 巧イの尺リ★☆ idaman balita usia 30-40 tahun... 🤔 2023-12-1 Reply</p>

2	Konstruksi pelecehan melalui godaan	@miniontambang @EriFei @Dwaa @C 1.4	
3	Konstruksi melalui kalimat multitafsir	@ciwww @ @>k< @FikoNako @RejaAgustian	

A. Konstruksi Pelecehan melalui Sindiran Seksual

Pelecehan juga dikonstruksikan melalui penggunaan humor atau sindiran seksual yang secara tersirat atau eksplisit mengandung makna seksual. Komentar dengan ekspresi seksual sering kali muncul di media sosial, di mana perempuan maupun laki-laki dapat menjadi objek seksual, Fenomena ini

menunjukkan bahwa media sosial memberikan ruang yang lebih bebas bagi pengguna untuk mengekspresikan hasrat seksual tanpa mempertimbangkan norma sosial yang ada (Eviana, 2020).

Pelecehan seksual yang dilakukan di dalam media elektronik atau media sosial dikategorikan sebagai kejahatan eksplisit, karena komentar yang diberikan atau unggahan berupa gambar, foto, video dan kata-kata oleh pengguna internet ataupun yang digunakan oleh pelaku tindak pelecehan seksual secara langsung mengarah ke titik atau organ seksualitas pribadi dari pemilik akun media sosial (Munawaroh & Agasi, 2022).

Menurut Winarsunu, Pelecehan seksual sendiri dapat diartikan sebagai sebuah perilaku yang mengarah pada hal-hal yang berkonotasi seksual, baik dalam bentuk isyarat maupun lelucon yang menunjukkan pada kegiatan seksual secara verbal maupun non verbal (Ferdina et al., 2019). Biasanya Masyarakat lebih menganggap serius pelecehan-pelecehan fisik, dibandingkan psikis atau fisik karena menganggap tidak adanya luka serius seperti pelecehan fisik. Padahal setiap bentuk pelecehan pasti akan memberikan luka bahkan trauma bagi korban.

Pelecehan melalui sindiran seksual juga dikonstruksikan melalui proses negosiasi makna dalam interaksi digital. Pengguna yang terlibat dalam komunikasi semacam ini sering kali memahami bahwa ada konotasi seksual dalam komentar mereka, tetapi dengan membingkainya sebagai humor atau candaan, mereka berusaha menghindari konsekuensi sosial atau hukuman (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Di sisi lain, individu yang menjadi target

pelecehan mungkin merasa tidak nyaman tetapi sulit menanggapi secara serius karena tekanan sosial dan anggapan bahwa sindiran tersebut hanya merupakan lelucon.

Gagasan Marshall McLuhan ini juga menemukan, Media Mempengaruhi Setiap Perbuatan atau Tindakan dalam Masyarakat. Media sosial telah mengubah cara orang berbicara tentang tubuh perempuan. Komentar yang dulu tabu kini dianggap “normal” di kolom komentar karena struktur media digital mendorong ekspresi spontan dan tidak terfilter. Media sosial membentuk ekosistem perilaku baru yang melegalkan komunikasi seksis dalam bentuk candaan, humor, atau pujian.” (A. Putri, 2020). Ekologi media mendorong lahirnya bentuk-bentuk tindakan yang secara sosial dinormalisasi, padahal tetap bersifat melecehkan. Sindiran seksual menjadi bagian dari budaya komunikasi digital.

Gagasan kedua berupa Media Memperbaiki Persepsi Kita dan Mengelola Pengalaman Kita. Dengan teori ini, Media sosial membentuk cara kita melihat perempuan. Anak perempuan di akun seperti @kinderflix.idn disorot dengan visual berkualitas tinggi, ekspresi lucu, atau gaya berpenampilan yang menarik, lalu dibingkai dengan caption estetik. Hal ini membentuk pengalaman pengguna bahwa tubuh perempuan—dari usia anak sekalipun—layak dikomentari secara seksual. Media sosial sebagai ruang visual turut mengonstruksi pengalaman simbolik yang menjadikan tubuh perempuan sebagai pusat perhatian dan objek penilaian publik.” (Sari & Mustika, 2020). Persepsi tentang perempuan

dikendalikan oleh estetika media. Komentar sindiran seksual lahir dari pengalaman kolektif yang terbentuk di ruang media visual, bukan realitas alami.

Gagasan ketiga yaitu Media Mengikat Dunia Bersama-sama. Media sosial menciptakan ruang global, di mana gaya komentar dan cara memandang perempuan menyebar lintas budaya. Komentar seperti “she’s going to break hearts someday” atau “gadis kayak gini gak boleh dilepas” adalah refleksi budaya global yang kini mengakar dalam budaya lokal juga. Media sosial menghubungkan budaya, tetapi sekaligus menyebarkan nilai-nilai simbolik yang memperkuat stereotip gender dan memperluas praktik pelecehan secara digital (Hidayatullah & Tuti, 2022). Ekologi media menyatukan dunia, namun sekaligus menyebarkan bentuk-bentuk pelecehan kultural secara global. Perempuan—bahkan anak-anak—menjadi sasaran objektifikasi dalam ruang yang tanpa batas etis.

Hal ini terbukti dari beberapa komentar yang berada pada unggahan akun Tiktok @Kinderflix.idn

‘menemani tumbuh kembang si ayah 🤗😂😂😂’

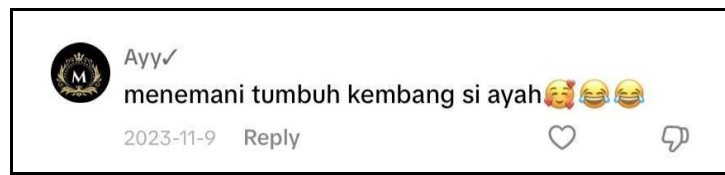
“gue umur 40 kok rajin bonton ya 😊”

“idaman balita usia 30-40 tahun.... 😊”

“Makasih kak Nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun 😊😊”

“balita (bapak bapak liat wanita)”

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa pelecehan seksual dalam bentuk sindiran bukan hanya sekadar tindakan individu, tetapi merupakan fenomena sosial yang dikonstruksikan dalam ekologi media.



Gambar 3.6. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual
Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.7. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual
Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar seperti “*menemani tumbuh kembang si ayah*” dan “*makasih kak Nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun*” dalam akun TikTok @kinderflix.idn dapat dipahami sebagai bentuk sindiran seksual yang berkembang dalam budaya digital. Berdasarkan teori budaya digital, platform media sosial menciptakan ekosistem komunikasi di mana pengguna membentuk makna secara kolektif melalui praktik bahasa yang khas, termasuk penggunaan ironi, eufemisme, dan humor yang terkadang bermuatan seksual (Setiawan & Sari, 2021).

Dalam konteks ini, frasa “*tumbuh kembang*” yang secara umum digunakan dalam ranah perkembangan anak, diubah maknanya secara sarkastik untuk menyiratkan konotasi seksualitasnya ketika dikaitkan dengan individu dewasa. Kata “*ayah*” dalam komentar pertama, misalnya, bisa jadi merupakan bagian dari dinamika bahasa digital yang sering mengglorifikasi atau

melekatkan makna tertentu pada figur laki-laki dewasa dalam ranah media sosial. Sementara itu, komentar kedua menggunakan humor hiperbolik dengan menyebutkan usia 25 tahun, yang menunjukkan kontradiksi dengan konsep “tumbuh kembang” yang seharusnya merujuk pada anak-anak (F. Rahmawati & Nugroho, 2020).

Ungkapan-ungkapan ini mencerminkan dinamika hubungan interpersonal yang dipengaruhi oleh media komunikasi. Dalam teori ekologi media Marshall McLuhan, media bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga membentuk cara kita berpikir, berinteraksi, dan memahami dunia. McLuhan terkenal dengan ungkapannya, *"The medium is the message,"* yang menekankan bahwa bentuk media itu sendiri memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat, bukan hanya isi pesan yang disampaikan melalui media tersebut.

"Sindiran pelecehan menemani tumbuh kembang si ayah" dan *"Makasih kak Nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun"*. Karakteristik media itu sendiri, bukan sekadar konten yang disampaikannya, yang fundamental dalam membentuk cara kita berpikir, merasa, dan berperilaku. Dalam konteks komentar digital, platform media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi, melainkan juga secara aktif membentuk jenis komunikasi yang terjadi (McLuhan, 1964)

Komentar bernada sindiran dan pelecehan, misalnya, sering kali menemukan habitat yang subur di kolom-kolom komentar daring. Anonimitas dan kecepatan yang ditawarkan oleh medium digital memungkinkan pengguna untuk melontarkan pernyataan yang mungkin tidak akan mereka ucapkan dalam

interaksi tatap muka. Medium ini juga cenderung mengabaikan konteks yang lebih luas, sehingga sindiran singkat dapat dengan mudah disalahartikan atau bahkan sengaja digunakan untuk membangun narasi negatif tentang seseorang, seperti "si ayah" dalam contoh. Karakteristik media yang mempercepat penyebaran informasi tanpa saringan emosional yang memadai turut memfasilitasi fenomena ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Setiawan (2020), "sifat interaktif dan anonimitas relatif di media sosial sering kali menjadi pemicu bagi munculnya komentar-komentar yang agresif atau bernada negatif, menciptakan lingkungan komunikasi yang rentan terhadap konflik dan *cyberbullying*."

Kedua komentar tersebut mencerminkan bentuk pelecehan verbal berbasis *gender* (*gender-based verbal harassment*) yang dibungkus dengan gaya humor dan sapaan ringan. Secara permukaan, komentar-komentar itu tampak tidak kasar, namun secara makna mengandung unsur seksualisasi dan objektifikasi terhadap perempuan, khususnya terhadap figur Kak Nisa sebagai host program edukatif anak-anak.

Komentar pertama, "Menemani tumbuh kembang si ayah 🤗😂😂", menunjukkan permainan makna terhadap istilah "tumbuh kembang" yang sejatinya digunakan untuk menggambarkan perkembangan anak. Namun, dalam konteks komentar ini, frasa tersebut justru dipelesetkan menjadi sindiran bernuansa seksual, seolah kehadiran Kak Nisa di layar dianggap "menemani" kebutuhan emosional atau bahkan hasrat pria dewasa. Penggunaan emotikon 🤗 dan 😂😂 memperhalus bentuk pelecehan, sehingga tampak seperti

candaan padahal mengandung unsur KBGO dalam bentuk pelecehan simbolik dan verbal.

Demikian pula, komentar kedua, “*Makasih Kak Nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun 😊😊*”, memperlihatkan bentuk pelecehan yang lebih halus namun tetap bersifat objektifikasi. Kalimat tersebut menyiratkan bahwa penonton dewasa merasa “ditemani tumbuh kembangnya” oleh figur Kak Nisa, seolah-olah host perempuan tersebut menjadi bagian dari pengalaman pribadi penonton secara emosional bahkan sensual. Padahal, konteks program Kinderflix seharusnya bersifat edukatif dan ditujukan untuk anak-anak, bukan ruang interaksi dewasa dengan muatan seksual.

Komentar seperti “*Makasih Kak Nisa udah nemenin tumbuh kembangku di usia 25 tahun*” dan “*Menemani tumbuh kembang si ayah*” menggambarkan bentuk objektifikasi perempuan yang terjadi secara halus di ruang digital. Kedua komentar tersebut menampilkan pola komunikasi yang menjadikan Kak Nisa bukan sebagai subjek profesional (*host* Kinderflix), tetapi sebagai **objek** emosional dan seksual yang dianggap berperan dalam kepuasan atau pengalaman pribadi laki-laki.

Menurut Pratiwi (2021), salah satu ciri utama objektifikasi dalam konteks digital adalah ketika perempuan tidak lagi dipandang berdasarkan peran, kompetensi, atau isi pesan yang disampaikan, melainkan direduksi menjadi sumber hiburan atau pemuas afeksi laki-laki (Pratiwi, 2021: 66). Pada kasus ini, frase “*nemenin tumbuh kembangku*” dan “*menemani si ayah*” menunjukkan

bentuk pengalihan makna dari konteks anak-anak ke relasi emosional antara laki-laki dan perempuan, yang mengandung unsur seksual terselubung.

Lebih lanjut, Suryani (2022) menjelaskan bahwa objektifikasi perempuan di ruang digital seringkali dibungkus dalam bentuk komentar humoris atau romantik untuk menghindari kecaman publik, padahal secara makna tetap menegaskan posisi perempuan sebagai objek kenikmatan visual dan emosional (Suryani, 2022: 49). Kalimat tersebut juga memperlihatkan adanya ironi linguistik, di mana istilah “*tumbuh kembang*” yang seharusnya merujuk pada perkembangan anak justru digunakan secara simbolik untuk mengekspresikan kedewasaan seksual laki-laki.

Dalam perspektif teori Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), bentuk komentar seperti ini termasuk dalam kategori objektifikasi verbal terselubung (*implicit verbal objectification*). Berdasarkan penelitian Wijayanti (2023), KBGO jenis ini sering terjadi pada perempuan publik figur atau kreator konten yang memiliki eksposur tinggi, di mana audiens laki-laki mengekspresikan ketertarikan secara seksual dengan cara yang tampak jenaka atau sopan (Wijayanti, 2023: 83).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa Kak Nisa dijadikan objek pandangan maskulin (*male gaze*), di mana peran profesionalnya sebagai host digeser menjadi sumber kenikmatan atau daya tarik personal. Sejalan dengan Rahmah (2020), objektifikasi semacam ini memperkuat sistem patriarki digital yang menempatkan perempuan dalam posisi pasif dan dievaluasi berdasarkan

daya tarik visual, bukan kapasitas intelektual atau perannya dalam produksi konten (Rahmah, 2020: 58).

Dalam konteks ini, penggunaan media sosial sebagai medium komunikasi memungkinkan individu untuk membentuk dan mengungkapkan identitas diri mereka. Media sosial menyediakan platform bagi individu untuk berbagi pengalaman, perasaan, dan perjalanan hidup mereka, termasuk proses pertumbuhan dan perkembangan pribadi. Hal ini sejalan dengan pandangan McLuhan yang menyatakan bahwa media membentuk persepsi kita dan mengorganisir pengalaman kita.

Media digital memungkinkan terbentuknya hubungan parasosial, di mana audiens merasa memiliki kedekatan emosional dengan figur publik, meskipun interaksi nyata bersifat satu arah. Platform media sosial seringkali menjadi ruang untuk mencari validasi dan afirmasi, dan komentar positif semacam ini menjadi bentuk ekspresi publik dari apresiasi personal. McLuhan berpendapat bahwa media elektronik mengintegrasikan kita ke dalam "desa global", di mana informasi dan emosi dapat dibagikan secara instan lintas batas, memungkinkan individu merasa terhubung dan berinteraksi dalam skala yang lebih luas, meskipun hubungannya terbatas pada ranah digital.



Gambar 3.8. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.9. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar seperti “*idaman balita usia 30-40 tahun*” dan “*gue umur 40 kok rajin nonton ya*” dalam akun TikTok @kinderflix.idn mencerminkan sindiran seksual yang berkembang dalam budaya digital. Fenomena komentar seperti “*idaman balita usia 30–40 tahun*” atau “*gue umur 40 kok rajin nonton ya*” yang muncul di media sosial dapat dianalisis melalui pendekatan teori ekologi media dari Marshall McLuhan. Teori ini menekankan bahwa media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk struktur kesadaran dan cara berpikir manusia. Dalam pandangan McLuhan, “*the medium is the message*”, artinya pengaruh media lebih besar daripada isi pesan itu sendiri karena media menciptakan lingkungan komunikasi baru yang membentuk pola perilaku masyarakat. Media sosial seperti TikTok dan Instagram merupakan contoh nyata dari media digital yang menciptakan ekosistem komunikasi instan, visual, dan terbuka terhadap komentar. Platform ini menuntut interaksi cepat dan memberi ruang bagi ekspresi yang ambigu, ironi, atau bahkan sindiran yang mengandung unsur seksual atau pelecehan terselubung. Dalam konteks ini, komentar seperti yang disebutkan di atas tidak dapat dipisahkan dari struktur media tempat komentar itu dilontarkan, karena budaya komentar terbentuk dan berkembang dalam konteks media sosial itu sendiri.

Penelitian oleh Rose Tarigan menyatakan bahwa pengaruh media tidak hanya dari isi konten, tetapi dari karakteristik media itu sendiri. Tarigan mengutip McLuhan untuk menjelaskan bahwa perubahan perilaku masyarakat bukan sekadar hasil dari paparan isi media, melainkan dari bentuk media yang digunakan secara terus-menerus, yang kemudian membentuk pola pikir kolektif masyarakat digital (Tarigan, 2024).

Sementara itu, penelitian lain oleh Steven dan Adi Pribadi tentang penggunaan Instagram oleh mahasiswa menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari ekosistem informasi dan ekspresi diri utama bagi generasi muda. Hal ini mendukung pandangan bahwa media menciptakan lingkungan yang membentuk perilaku, bukan sekadar menyampaikan informasi (Steven & Pribadi, 2022)

Menurut McLuhan, setiap bentuk media membawa konsekuensi budaya tersendiri. Media digital menciptakan lingkungan sosial baru yang membentuk cara kita memahami humor, kritik, dan seksualitas secara berbeda dibandingkan era media cetak atau televisi. Ini menjelaskan bagaimana komentar bernuansa pelecehan bisa dibungkus dalam gaya bahasa yang dianggap “lucu” atau “sarkastik” dalam budaya digital. Media sosial mendorong budaya interaksi yang serba cepat, instan, dan minim refleksi, yang berdampak pada reduksi empati dan normalisasi perilaku bermasalah.

Kedua komentar tersebut menunjukkan adanya pola pelecehan verbal berbasis gender (*verbal gender-based harassment*) yang dikemas dalam bentuk humor dan sindiran. Meskipun secara eksplisit tidak mengandung kata-kata

kasar, namun makna tersiratnya menunjukkan adanya seksualisasi terhadap figur perempuan — dalam hal ini, Kak Nisa sebagai host program anak-anak.

Komentar “Menemani tumbuh kembang si ayah 🤔😂😂” menggunakan permainan makna terhadap istilah “*tumbuh kembang*” yang seharusnya merujuk pada konteks anak-anak. Namun, dalam kalimat ini, frasa tersebut diubah menjadi sindiran seksual yang mengisyaratkan bahwa kehadiran Kak Nisa di layar dianggap sebagai “hiburan” bagi pria dewasa (*ayah*). Hal ini merupakan bentuk objektifikasi perempuan, di mana individu perempuan tidak lagi dipandang berdasarkan profesionalitasnya, melainkan berdasarkan daya tarik fisik atau citra seksual yang dilekatkan padanya.

Sementara itu, komentar “Gue umur 40 kok rajin bonton ya 😊” juga termasuk dalam kategori pelecehan berbasis gender. Kata “*bonton*” yang merupakan pelesetan dari “*nonton*” memperlihatkan kesadaran pelaku bahwa konten tersebut seharusnya bukan untuknya (karena program anak-anak), tetapi tetap ia tonton karena ketertarikan pada sosok host perempuan. Dengan menggunakan emotikon senyum, komentar ini tampak ringan dan bersifat guyon, namun tetap memuat unsur pelecehan terselubung.

Komentar “*Idaman balita usia 30–40 tahun*” **dan** “*Gue umur 40 kok rajin nonton ya*” merupakan bentuk objektifikasi perempuan secara verbal di ruang digital, di mana perempuan (Kak Nisa) direduksi menjadi objek ketertarikan seksual bagi laki-laki dewasa. Penggunaan istilah “*balita*” yang diubah menjadi pelesetan dari “*bapak-bapak lihat wanita*” menandakan bagaimana audiens laki-laki mencoba menormalisasi hasrat seksual terhadap perempuan melalui humor

dan permainan kata. Menurut Yuliani (2021), praktik semacam ini termasuk dalam kategori *playful objectification*, yakni cara pelaku menyamarkan ketertarikan seksual dalam bentuk lelucon atau ungkapan ringan yang tampak tidak berbahaya (Yuliani, 2021: 42).

Komentar “*gue umur 40 kok rajin nonton ya*” menunjukkan adanya self-positioning sebagai laki-laki dewasa yang mengakui ketertarikan terhadap figur perempuan muda, tanpa memperhatikan konteks profesional Kak Nisa sebagai host konten anak. Dalam perspektif teori KBGO, hal ini merupakan bentuk kekerasan berbasis gender yang bersifat simbolik, karena menjadikan perempuan sebagai pusat hasrat laki-laki dan menyingkirkan identitas profesionalnya (Mulyana, 2022: 60).

Sejalan dengan Larasati (2023), objektifikasi digital terhadap perempuan sering terjadi dalam bentuk komentar ringan yang mengandung *sexual undertone*, di mana perempuan dijadikan objek konsumsi visual dan emosional oleh laki-laki tanpa mempertimbangkan konteks konten yang sedang dibahas (Larasati, 2023: 88). Dalam kasus ini, kehadiran Kak Nisa yang seharusnya dipahami sebagai pembawa acara edukatif malah digeser menjadi simbol daya tarik seksual, menegaskan bias gender di ruang digital.

Selain itu, penggunaan emotikon “😁” memperkuat nuansa candaan seksual yang dinormalisasi, menunjukkan bagaimana budaya patriarki di media sosial sering menutupi pelecehan dengan humor (Rohmah, 2020: 76). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa banyak bentuk KBGO muncul bukan melalui

kata-kata kasar, tetapi melalui bahasa *eufemistik* dan ekspresi humor yang mengandung makna seksual implisit (Rohmah, 2020: 79).

Dalam hal ini, komentar tersebut menggunakan kontradiksi usia sebagai bentuk sarkasme untuk menyampaikan makna seksual secara tidak langsung (Ananda & Wibowo, 2021). Frasa “*idaman balita usia 30-40 tahun*” merupakan konstruksi bahasa yang menggabungkan dua konsep yang secara logis tidak berkaitan, yaitu “*idaman balita*” yang umumnya merujuk pada sesuatu yang disukai anak kecil, dengan “usia 30-40 tahun” yang merujuk pada orang dewasa. Kombinasi ini dapat dipahami sebagai bentuk *eufemisme* yang menyiratkan adanya ketertarikan tidak wajar terhadap konten anak-anak oleh orang dewasa. Sementara itu, komentar “*gue umur 40 kok rajin nonton ya*” menyoroti bagaimana seseorang yang sudah dewasa secara usia tetap aktif mengonsumsi konten yang seharusnya diperuntukkan bagi anak-anak, yang dalam konteks ini dapat dikonstruksikan sebagai sindiran terhadap ketertarikan yang tidak sesuai dengan norma sosial (Ramadhani & Yusuf, 2022).

Menurut F. Rahmawati & Nugroho (2020) Teori Ekologi media tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang di mana humor dan permainan bahasa dapat berfungsi sebagai alat untuk menciptakan dan menyebarkan makna yang lebih kompleks. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep ironi dalam budaya digital, di mana pengguna memanfaatkan ambiguitas bahasa untuk menyampaikan pesan yang sebenarnya berbeda dari makna harfiahnya. Dalam lingkungan media sosial seperti TikTok, komentar semacam ini sering kali digunakan untuk menguji batas norma sosial dengan

cara yang tersamar. Penggunaan humor berbasis sindiran seksual dalam budaya digital juga mencerminkan bagaimana komunitas daring membentuk pola komunikasi yang memungkinkan penyampaian pesan-pesan tabu tanpa menyatakannya secara eksplisit.

Hal ini memperlihatkan bagaimana teori ekologi media tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang di mana humor dan permainan bahasa dapat berfungsi sebagai alat untuk menciptakan dan menyebarkan makna yang lebih kompleks (Sutanto & Wijaya, 2022). Fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep ironi ekologi media, di mana pengguna memanfaatkan ambiguitas bahasa untuk menyampaikan pesan yang sebenarnya berbeda dari makna harfiahnya. Dalam lingkungan media sosial seperti TikTok, komentar semacam ini sering kali digunakan untuk menguji batas norma sosial dengan cara yang tersamar.



Gambar 3.10. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar seperti “*balita (bapak-bapak liat wanita)*” dalam akun TikTok @kinderflix.idn merupakan bentuk sindiran seksual yang berkembang dalam budaya digital. Dengan menggunakan permainan akronim, komentar ini menciptakan makna baru dari kata “*balita*”, yang secara umum merujuk pada

anak usia di bawah lima tahun, menjadi singkatan yang menggambarkan tindakan laki-laki dewasa yang memperhatikan atau mengobjektifikasi wanita.

Komentar seperti “*balita (bapak-bapak liat wanita)*” yang beredar luas di media sosial merupakan contoh konkret dari konstruksi pesan yang secara linguistik dikemas sebagai lelucon, namun secara makna menyiratkan objektifikasi seksual terhadap perempuan. Komentar ini tidak berdiri sendiri, melainkan lahir dan berkembang dalam ekosistem digital yang memungkinkan bahkan mendorong bentuk-bentuk komunikasi ambigu, kabur antara humor dan pelecehan. Melalui perspektif teori ekologi media dari Marshall McLuhan, komentar tersebut dapat dilihat sebagai produk dari lingkungan media yang secara aktif membentuk pola pikir, persepsi, dan norma sosial penggunanya.

Komentar “*Balita (bapak-bapak liat wanita)*” merupakan bentuk pelecehan verbal berbasis gender yang dibungkus dalam permainan kata dan humor sarkastik. Secara linguistik, komentar ini adalah plesetan dari kata *balita* yang sebenarnya bermakna “*bawah lima tahun*”, tetapi diubah menjadi singkatan “*bapak-bapak liat wanita*”. Plesetan ini jelas mengandung makna seksual dan berfungsi untuk menormalisasi pandangan objektif terhadap perempuan dengan cara yang tampak lucu.

Dalam konteks video Kak Nisa sebagai host program edukatif anak-anak, komentar ini tidak hanya tidak relevan, tetapi juga menunjukkan pergeseran makna dari konteks edukatif ke konteks seksual. Penggunaan istilah “*bapak-bapak*” menandakan pelaku komentar mengidentifikasi dirinya (atau kelompok laki-laki dewasa) sebagai pihak yang menonton bukan untuk tujuan edukatif,

melainkan karena ketertarikan terhadap figur perempuan di layar. Hal ini menjadikan Kak Nisa sebagai objek seksual dalam ruang digital, bukan sebagai figur profesional yang sedang menjalankan perannya sebagai pembawa acara.

Komentar “Balita (bapak-bapak liat wanita)” merupakan bentuk *verbal objectification* yang secara eksplisit menampilkan cara pandang laki-laki terhadap perempuan sebagai objek visual yang menggugah hasrat seksual. Frasa “balita” yang seharusnya berarti anak kecil diubah menjadi akronim seksual “bapak-bapak liat wanita,” menunjukkan bagaimana netizen laki-laki menciptakan bahasa plesetan untuk menormalisasi hasrat terhadap perempuan di ruang publik digital. Dalam konteks ini, Kak Nisa sebagai host konten anak-anak dijadikan objek tatapan seksual yang mengabaikan profesionalitas dan konteks kontennya (Putri, 2021: 91).

Menurut teori Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO), tindakan seperti ini tergolong dalam bentuk kekerasan berbasis gender non-kontak secara digital, di mana perempuan menjadi sasaran pelecehan melalui komentar yang mengandung makna seksual meskipun dikemas dalam humor (Sundari, 2022: 66). Bentuk kekerasan ini termasuk dalam kategori objektifikasi simbolik, karena perempuan tidak diserang secara langsung, namun keberadaannya direduksi menjadi objek hasrat laki-laki di ruang maya (Wijayanti, 2023: 54).

Selain itu, penggunaan istilah “*bapak-bapak*” menegaskan adanya peran gender yang timpang, di mana laki-laki merasa memiliki legitimasi sosial untuk mengomentari tubuh atau penampilan perempuan lebih muda. Sejalan dengan Wardani (2020), bentuk humor seperti ini memperkuat *patriarchal gaze*, yaitu

cara pandang yang menempatkan perempuan hanya sebagai “subjek untuk dilihat” dan bukan sebagai individu dengan otoritas diri (Wardani, 2020: 33).

Dalam konteks ini, Kak Nisa diobjektifikasi melalui konstruksi bahasa digital yang berlapis candaan, menandakan bahwa budaya patriarki di ruang daring masih kuat—di mana pelecehan dikaburkan lewat “guyonan”. Fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana laki-laki menggunakan humor sebagai alat untuk menegaskan dominasi dan menormalisasi kekerasan simbolik terhadap perempuan di media sosial (Rahmadani, 2021: 102).

Dalam kerangka pemikiran McLuhan, media tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi pesan itu sendiri. Pernyataan terkenalnya, “*the medium is the message*,” menekankan bahwa media sebagai teknologi komunikasi membentuk cara kita melihat dunia dan cara kita berinteraksi satu sama lain. Maka dari itu, komentar “balita” bukan sekadar ekspresi individu, melainkan manifestasi dari bagaimana media sosial—sebagai medium—mengizinkan dan bahkan memperkuat narasi-narasi seksis dan pelecehan yang disamarkan dalam bentuk permainan kata. Dalam ekologi media digital, pesan-pesan seperti ini justru tersebar luas karena bentuknya dianggap lucu atau kreatif, padahal secara substansi mengandung kekerasan simbolik terhadap perempuan. McLuhan menyatakan bahwa media mengontrol skala, bentuk, dan sifat asosiasi serta tindakan manusia—dan dalam konteks ini, media sosial menciptakan budaya komunikasi yang membiasakan pelecehan dalam format hiburan.

Peran media sosial dalam mencegah perilaku pelecehan seksual terhadap wanita. Mereka menemukan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana edukasi, ruang pengaduan online, komunitas dukungan sosial, dan platform kampanye yang dapat menjangkau khalayak luas (Idris et al., 2023). Namun, mereka juga mengingatkan bahwa pengguna harus memanfaatkan media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan online yang aman dan bebas dari pelecehan seksual .

Sejalan dengan Jurnal studi media dan digitalisasi dari Hidayat & Prasetyo, 2022, Perubahan makna ini bukan hanya sekadar lelucon, tetapi juga merupakan bagian dari fenomena *remix culture*, di mana pengguna media sosial sering kali mengadaptasi istilah yang sudah ada untuk menciptakan makna baru yang lebih relevan dengan konteks digital dan budaya populer. Komentar “*balita (bapak-bapak liat wanita)*” dalam akun TikTok @kinderflix.idn mencerminkan bagaimana budaya digital memungkinkan permainan bahasa yang secara tersirat mengandung sindiran seksual. Dalam hal ini, istilah “balita”, yang secara umum merujuk pada anak-anak di bawah lima tahun, dimodifikasi menjadi akronim dengan makna yang berbeda, yakni “bapak-bapak liat wanita”.

Dalam budaya digital, sindiran semacam ini sering kali digunakan untuk menormalkan atau menyamarkan perilaku seksual, sehingga sulit untuk secara langsung dikategorikan sebagai pelecehan, tetapi tetap berpotensi merugikan kelompok tertentu, terutama perempuan (Nugroho & Haryanti, 2023).

Dengan cara ini, komentar tersebut menyampaikan pesan yang memiliki konotasi seksual tersembunyi, tetapi tetap terasa ringan atau humoris bagi sebagian pengguna media sosial. Dalam digital, sindiran semacam ini sering kali digunakan untuk menormalkan atau menyamarkan perilaku seksual, sehingga sulit untuk secara langsung dikategorikan sebagai pelecehan, tetapi tetap berpotensi merugikan kelompok tertentu, terutama perempuan (Ramadhani & Yusuf, 2022).

Fenomena ini juga menunjukkan bagaimana ekologi media menciptakan pemaknaan kolektif dalam komunitas daring. Pengguna yang terbiasa dengan tren semacam ini dapat memahami maksud tersembunyi di balik komentar tersebut, sementara bagi orang luar, maknanya bisa tampak tidak berbahaya atau hanya sebagai bagian dari humor internet. Hal ini berkaitan dengan bagaimana dinamika bahasa dalam media sosial memungkinkan terbentuknya norma-norma komunikasi baru yang berbeda dari norma komunikasi luring, di mana batas antara humor dan pelecehan kali menjadi kabur (I. Rahmawati, 2021).

B. Konstruksi pelecehan melalui godaan

Pelecehan seksual dalam ruang digital, khususnya di kolom komentar media sosial, sering kali dikonstruksikan melalui bentuk godaan atau rayuan yang dibungkus dalam humor, sarkasme, atau permainan kata. Alih-alih menggunakan bahasa yang eksplisit dan vulgar, banyak komentar bernuansa pelecehan justru disampaikan dalam bentuk candaan yang tampak ringan. Fenomena ini mencerminkan bagaimana bahasa digunakan untuk

menyamarkan pelecehan, menjadikannya sulit dikritik secara langsung, dan bahkan terkadang diterima atau dinormalisasi dalam interaksi sosial.

Konstruksi pelecehan melalui godaan dalam budaya digital terjadi ketika komentar atau interaksi yang tampak sebagai candaan justru mengandung makna seksual yang tersirat. Dalam konteks media sosial, godaan yang berbasis pelecehan sering kali disamarkan dalam bentuk humor, ironi, atau eufemisme, sehingga tidak langsung dikategorikan sebagai tindakan yang merugikan. Hal ini sejalan dengan teori ekologi media, yang menjelaskan bagaimana pengguna media sosial membentuk norma komunikasi baru yang memungkinkan praktik seperti ini berkembang. Media digital menciptakan ruang di mana individu dapat berinteraksi secara anonim atau semi-anonim, yang sering kali mengurangi rasa tanggung jawab atas ujaran mereka, termasuk dalam konteks pelecehan berbasis godaan (Sutanto & Wijaya, 2022).

Godaan dalam komunikasi digital sering kali mengambil bentuk flirting yang melewati batas, di mana komentar yang tampaknya bersahabat atau menggoda justru berisi konotasi seksual yang tidak diinginkan oleh penerimanya. Dalam banyak kasus, komentar semacam ini disampaikan dengan dalih humor atau keterbukaan dalam pergaulan digital, tetapi sebenarnya memperkuat budaya normalisasi pelecehan. Normalisasi ini terjadi karena komunitas daring sering kali menerima atau bahkan membenarkan komentar berbau seksual sebagai sesuatu yang “biasa” atau “tidak perlu diambil serius.” Akibatnya, perempuan dan kelompok rentan lainnya lebih sulit untuk menolak

atau melawan bentuk pelecehan semacam ini tanpa mendapatkan respons negatif dari komunitas digital yang lebih luas (Yusuf & Lestari, 2023).

Dalam teori Marshall McLuhan menjelaskan Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. Media digital, khususnya TikTok, telah menciptakan ekosistem di mana ekspresi verbal, termasuk godaan bernuansa seksual, menjadi bagian dari gaya komunikasi yang dianggap normal. Godaan dalam komentar TikTok bukan lagi sekadar ekspresi spontan, tapi bentuk tindakan yang terbentuk dan dipengaruhi oleh budaya media itu sendiri. TikTok, sebagai lingkungan digital, memungkinkan tindakan seperti ini menjadi berulang dan bahkan ditiru secara masif. Media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi lebih permisif terhadap ujaran yang mengandung pelecehan seksual, terutama melalui komentar yang menggoda (Putri & Andriani, 2022)

Kemudian dalam teorinya menjelaskan Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita. TikTok menyajikan pengalaman visual dan audio yang menyenangkan, sehingga pengguna lebih fokus pada hiburan daripada substansi. Akibatnya, pelecehan dalam bentuk godaan kerap tidak dikenali atau justru dianggap sebagai pujian. Konten media digital menyajikan pengalaman yang menyenangkan namun menyamarkan makna di balik ujaran yang seksis, sehingga penonton tidak menyadari bahwa mereka mengonsumsi bentuk pelecehan. (Fauziah, 2021). Godaan dalam komentar menjadi hal yang terkesan ringan karena pengguna TikTok terbiasa mengelola pengalaman media

secara dangkal dan cepat. Mereka tidak diajak berpikir kritis, hanya diajak “menikmati”.

Komentar bernuansa menggoda yang muncul di TikTok sering kali mengadopsi gaya bahasa dari budaya populer internasional, yang kemudian dibawa dan dibiasakan dalam ruang lokal. Hal ini menunjukkan bagaimana TikTok menjadi media penyatu ekspresi global. Budaya populer yang ditransmisikan lewat TikTok menjadikan perilaku seperti godaan seksual sebagai gaya bahasa global, yang dengan cepat diadopsi oleh pengguna lokal. (Savitri, 2023). Media seperti TikTok menyatukan ekspresi budaya dari seluruh dunia, namun juga mempercepat penyebaran bentuk-bentuk interaksi yang bermasalah, seperti godaan yang mengarah pada pelecehan. Ini menjadikan pelecehan sebagai sesuatu yang tersamarkan dalam budaya populer global.

Beberapa contoh komentar yang di konstruksikan melalui godaan terhadap host utama @Kinderflix.idn yaitu Kak Nisa yaitu

“ayah dah nungguin dari kemarin 🥰”

“suara kak nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)”

“terimakasih dek udah nemenin om”

“aku masih balita (bayi dimabuk kak nisa)”

“yg ayah tunggu tunggu 😊”

Selain itu, dalam teori ekologi media, pelecehan berbasis godaan juga dapat diperkuat melalui pola interaksi viral dan tren media sosial. Misalnya, suatu bentuk komentar atau ungkapan yang awalnya hanya digunakan oleh segelintir orang bisa dengan cepat menyebar dan digunakan oleh banyak pengguna, sehingga membentuk suatu tren yang diterima secara luas. Dengan

demikian, pelecehan yang dikemas dalam bentuk godaan menjadi bagian dari budaya komunikasi digital yang sulit dihilangkan, terutama karena platform media sosial sendiri sering kali tidak memiliki regulasi yang ketat dalam menangani ujaran semacam ini. Studi menunjukkan bahwa algoritma media sosial justru dapat memperkuat penyebaran konten-konten yang mengandung unsur pelecehan berbasis godaan karena interaksi tinggi yang dihasilkan dari komentar semacam ini (F. Rahmawati & Nugroho, 2020).



Gambar 3.11. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.12. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar-komentar seperti "*ayah dah nungguin dari kemarin*" dan "*yang ayah tunggu-tunggu*" adalah representasi menarik dari bagaimana media membentuk pesan dan interaksi, sejalan dengan adagium Marshall McLuhan yang terkenal, "*medium is the message*". Dalam konteks ekologi media, McLuhan berargumen bahwa bukan konten pesan itu sendiri yang paling berpengaruh, melainkan karakteristik media yang mendefinisikan dan memengaruhi cara kita mempersepsikan dunia dan berinteraksi di dalamnya.

Komentar-komentar yang bernada "godaan" ini, jika dipahami dilihat dari lensa McLuhan, bukanlah sekadar teks, melainkan refleksi dari bagaimana media sosial mengubah dinamika komunikasi dan hubungan. Pelecehan jenis ini sering kali dikonstruksikan sebagai candaan atau bentuk interaksi santai, tetapi secara implisit merefleksikan dominasi simbolik dan objektifikasi gender (Hidayat, 2021). Penggunaan istilah seperti “ayah” dalam komentar semacam “ayah dah nungguin dari kemarin” atau “yg ayah tunggu-tunggu” bukan hanya sekadar panggilan akrab, tetapi memiliki makna yang lebih dalam, yakni menciptakan ilusi relasi kuasa antara pelaku dan objek yang digoda (Santoso & Lestari, 2022).

Komentar seperti “Ayah dah nungguin dari kemarin 🤔” dan “Yang ayah tunggu-tunggu 😏” menggambarkan bentuk pelecehan verbal implisit dalam ranah Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO). Ungkapan “ayah” di sini bukan menunjukkan relasi keluarga yang sesungguhnya, melainkan merupakan peran simbolik yang digunakan laki-laki untuk memosisikan diri secara dominan dan berkuasa terhadap perempuan. Hal ini mencerminkan pola komunikasi yang berakar pada relasi gender patriarkal, di mana laki-laki menempatkan diri sebagai figur pengontrol atau pemilik atas tubuh dan ruang perempuan di media digital (Astuti, 2021: 59).

Menurut Putri (2022), praktik KBGO dapat muncul dalam bentuk *sexualized comments*—komentar yang mengandung nada genit, dominatif, atau sugestif—yang meskipun tidak secara eksplisit menyebut seksualitas, tetap memperlihatkan hasrat kuasa dan objektifikasi terhadap perempuan (Putri,

2022: 33). Dalam konteks ini, penyebutan “ayah” merupakan bentuk bahasa simbolik yang mengandung relasi kuasa seksual, karena secara kultural istilah tersebut diasosiasikan dengan figur laki-laki yang lebih tua dan dominan secara emosional maupun seksual terhadap perempuan.

Lebih lanjut, penelitian oleh Wulandari dan Herlambang (2021) menjelaskan bahwa penggunaan istilah seperti *papa*, *daddy*, atau *ayah* di ruang digital sering kali digunakan dalam konteks humor erotik untuk membangun persona seksual yang dilegitimasi secara sosial (Wulandari & Herlambang, 2021: 42). Ini menunjukkan adanya normalisasi pelecehan yang dibungkus dengan candaan atau emotikon ramah seperti “😏” dan “😊”, padahal memiliki makna sugestif.

Dalam perspektif teori KBGO, fenomena ini merupakan bentuk pelecehan berbasis relasi kuasa (*power-based online harassment*). Pelaku berusaha menegaskan posisi dominan dengan mengklaim hubungan fiktif (“ayah menunggu”) untuk memberikan kesan bahwa perempuan merupakan objek perhatian atau pemuas kebutuhan emosionalnya. Seperti dijelaskan oleh Novianti (2023), bentuk-bentuk pelecehan yang menggunakan relasi kuasa simbolik berpotensi membatasi kebebasan perempuan dalam berekspresi di ruang digital, karena menciptakan suasana tidak aman secara psikologis (Novianti, 2023: 64).

Komentar “ayah dah nungguin dari kemarin” merupakan bentuk pelecehan berbasis godaan yang mengonstruksi makna bahwa objek yang

digoda telah ditunggu-tunggu, seolah-olah ada hubungan khusus antara pelaku dan korban. Dalam teori ekologi media, komentar seperti ini mencerminkan strategi komunikasi yang berupaya membangun kesan kedekatan semu, padahal secara tersirat menempatkan korban dalam posisi sebagai objek seksual (I. Rahmawati, 2021). Dengan demikian, godaan ini tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi verbal, tetapi juga sebagai sarana simbolik untuk menciptakan hierarki sosial dalam ruang digital, di mana pelaku mengambil posisi dominan atas korban yang digoda (Sari & Wibowo, 2021).

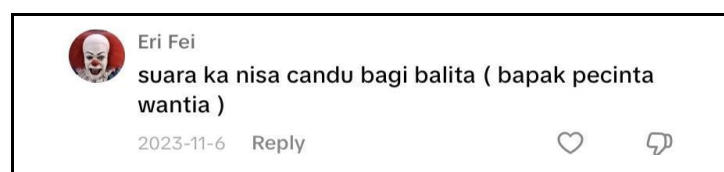
Platform media sosial, sebagai ekstensi dari manusia, memperluas kemampuan kita untuk berkomunikasi melampaui batasan fisik dan temporal. Komentar "*ayah dah nungguin dari kemarin*" misalnya, secara implisit menciptakan narasi tentang harapan dan antisipasi yang terbingkai dalam ruang digital. Kecepatan penyebaran informasi dan kemampuan untuk berinteraksi secara instan di media sosial memungkinkan pesan semacam ini muncul sebagai respons cepat terhadap suatu unggahan, menciptakan suasana kegembiraan atau bahkan "godaan" yang lebih intens. Dalam hal ini, pelaku seolah-olah memiliki hak untuk menunggu dan mengomentari kemunculan objek yang digoda, yang pada akhirnya berkontribusi pada proses normalisasi pelecehan di media sosial (Prasetyo, 2023).

Medium ini, dengan kemampuannya untuk mengeliminasi jarak fisik, membuat seolah-olah "*ayah*" tersebut benar-benar hadir dan menunggu, meskipun interaksi sebenarnya bersifat virtual. Hal ini menciptakan ilusi kedekatan dan koneksi yang diperkuat oleh karakteristik media itu sendiri.

Dalam banyak kasus, komentar semacam ini mendapatkan reaksi berupa tawa atau balasan yang memperkuat normalisasi budaya pelecehan (Maulana, 2023).

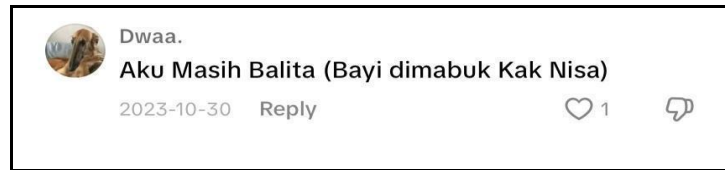
Demikian pula, komentar "*yang ayah tunggu-tunggu*" mencerminkan bagaimana media membentuk ekspektasi dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, di mana perhatian adalah mata uang, komentar semacam ini dapat berfungsi sebagai bentuk "godaan" atau *teasing* yang dirancang untuk menarik perhatian dan memancing respons. Hal ini semakin diperburuk oleh rendahnya kesadaran pengguna media sosial terhadap batasan antara candaan dan pelecehan, sehingga komentar-komentar seperti ini sering kali tidak dianggap sebagai sesuatu yang bermasalah (Nugroho & Haryanti, 2023).

McLuhan menekankan bahwa mediumnya—yakni platform media sosial dengan fitur notifikasi, *likes*, dan komentar balasan—lah yang mendorong dan bahkan memvalidasi jenis interaksi ini. Medium ini bukan hanya mengizinkan pesan itu disampaikan, tetapi juga mendorong pesannya untuk menjadi lebih singkat, menarik perhatian, dan mampu memicu respons emosional. Kita bisa melihat bagaimana dinamika ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa "interaksi melalui media sosial seringkali cenderung mengutamakan kecepatan respons dan stimulasi emosional, dibandingkan dengan kedalaman substansi pesan" (Wulandari & Putra, 2021).



Gambar 3.13 Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.14. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Pelecehan bernada godaan sering kali disamarkan dalam humor dan permainan kata, yang sebenarnya merefleksikan normalisasi objektifikasi terhadap individu tertentu. Komentar seperti *“suara kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)”* dan *“aku masi balita (bayi dimabuk kak Nisa)”* menunjukkan bagaimana bahasa digital dapat digunakan untuk menciptakan kesan kedekatan semu yang mengarah pada pelecehan simbolik (Syahputra, 2021).

Komentar *“suara kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)”* mengandung dua lapisan makna. Pertama, istilah *“candu bagi balita”* merepresentasikan ketertarikan berlebihan yang diasosiasikan dengan sesuatu yang adiktif, sehingga membangun narasi bahwa suara individu yang disebut memiliki daya pikat seksual yang kuat. Kedua, frasa *“bapak pecinta wanita”* mengindikasikan peran gender tertentu yang sering kali digunakan untuk membenarkan perilaku menggoda yang sebenarnya tidak pantas (Ananda & Ramadhani, 2022). Dalam budaya digital, penggunaan istilah semacam ini tidak hanya menormalisasi pelecehan tetapi juga memperkuat stereotip gender melalui komunikasi berbasis humor (Putra, 2023).

“suara kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)” dan *“aku masi balita (bayi dimabuk kak Nisa)”* mencerminkan fenomena budaya digital yang dapat dianalisis melalui lensa teori ekologi media Marshall McLuhan. McLuhan berpendapat bahwa media bukan sekadar saluran untuk menyampaikan pesan, melainkan juga merupakan lingkungan yang membentuk cara kita berpikir, berinteraksi, dan memahami dunia. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai medium yang membentuk budaya komunikasi digital. Komentar tersebut menunjukkan bagaimana pengguna media sosial membentuk identitas dan berinteraksi melalui bahasa yang khas dan sering kali hiperbolik. (Haryati, 2021)

Penggunaan istilah “balita” atau “bayi” dalam konteks ini berfungsi untuk menciptakan humor yang mempermainkan konsep ketidakberdayaan, seolah-olah individu yang menggoda adalah sosok polos yang “tak sengaja” terpesona. Padahal, dalam budaya digital, hal ini merupakan strategi komunikasi yang memperhalus objektivikasi agar lebih dapat diterima dalam ruang publik (Fauziah, 2021). Akibatnya, komentar semacam ini cenderung dianggap tidak berbahaya, meskipun memiliki unsur pelecehan yang tersembunyi dalam konstruksi bahasanya (Rizki & Handayani, 2023).

Komentar seperti “Suara Kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)” dan “Aku masih balita (bayi dimabuk Kak Nisa)” merupakan bentuk pelecehan verbal yang dibungkus dalam humor seksual terselubung, yang termasuk dalam kategori Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO). Menurut Handayani (2022), salah satu karakteristik KBGO adalah munculnya komentar

bernuansa seksual yang menggunakan bahasa metaforis atau plesetan untuk menyamarkan unsur pelecehan (Handayani, 2022: 73).

Istilah “balita” yang biasanya mengacu pada anak kecil, dalam konteks ini mengalami *pergeseran makna menjadi plesetan dari “bapak-bapak lihat wanita”*, yang memiliki muatan seksual dan menunjukkan adanya objektifikasi terhadap perempuan. Hal ini sejalan dengan temuan Suharto (2023) yang menyatakan bahwa dalam praktik komunikasi digital, banyak pelaku pelecehan menggunakan *coded words* atau istilah humoris untuk menutupi intensi seksualnya, agar tetap diterima secara sosial di ruang komentar publik (Suharto, 2023: 51).

Ungkapan “suara Kak Nisa candu” juga memperlihatkan objektifikasi non-verbal, yaitu ketika daya tarik perempuan direduksi menjadi unsur sensual seperti suara, tubuh, atau ekspresi wajah. Menurut Hidayat dan Lestari (2021), praktik semacam ini termasuk dalam kategori *verbal sexualization*, di mana perempuan direduksi menjadi objek pemuas imajinasi laki-laki melalui narasi atau pujian yang berorientasi pada daya tarik fisik (Hidayat & Lestari, 2021: 44).

Sementara itu, kalimat “bayi dimabuk Kak Nisa” menampilkan bentuk *self-infantilization humor*, yakni ketika pelaku pelecehan memosisikan dirinya sebagai figur polos (“bayi”) untuk menormalkan komentar seksual yang tidak pantas. Strategi linguistik seperti ini termasuk dalam bentuk *masked harassment*, di mana pelecehan dikemas dalam bentuk lelucon atau permainan kata yang tampak ringan (Rahman, 2020: 87). Dengan cara ini, pelaku berusaha

menghindari tanggung jawab moral sekaligus memperkuat stereotip bahwa perempuan adalah objek hiburan yang wajar dikomentari secara seksual. Fenomena ini menunjukkan bahwa kekerasan terhadap perempuan di media sosial tidak selalu hadir dalam bentuk ancaman eksplisit, tetapi dapat muncul melalui bahasa candaan yang mengandung makna seksual implisit (Handayani, 2022: 76).

Komentar-komentar seperti ini menunjukkan bagaimana media digital memfasilitasi ekspresi emosi yang hiperbolis dan personal melalui format yang ringkas. McLuhan berpendapat bahwa media adalah "perpanjangan dari diri kita", dan dalam konteks ini, komentar-komentar tersebut adalah perpanjangan dari perasaan dan identitas pengguna yang ingin mengekspresikan kekaguman atau bahkan "godaan" secara publik namun dengan cara yang kreatif dan tidak langsung. Sifat interaktif media sosial, yang memungkinkan komentar langsung di bawah unggahan, juga mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam "permainan" linguistik ini, menciptakan suasana komunitas di mana humor dan ekspresi kreatif dihargai. Sebuah studi menunjukkan bahwa "kreativitas berbahasa, termasuk penggunaan metafora dan akronim dalam komentar daring, sering kali dimotivasi oleh keinginan untuk menarik perhatian dan membangun koneksi dengan audiens yang lebih luas di platform media sosial" (A. Putri & Santoso, 2023)

Fenomena ini menciptakan lingkungan digital yang permisif terhadap objektifikasi gender, di mana pelecehan terselubung dalam humor lebih mudah diterima dan diulang oleh pengguna lain (Widodo, 2022). Seperti yang

dikatakan dalam penelitian Maulana (2023), “media sosial mempercepat penyebaran narasi pelecehan melalui mekanisme keterlibatan, yang membuat komentar bernuansa pelecehan menjadi lebih populer dan distandarisasi dalam komunikasi digital.”

Secara keseluruhan, pelecehan melalui godaan dalam budaya digital dikonstruksikan dengan membungkus bahasa bernuansa seksual dalam humor dan keimutan, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens. Komentar seperti “suara kak Nisa candu bagi balita (bapak pecinta wanita)” dan “aku masi balita (bayi dimabuk kak Nisa)” mencerminkan bagaimana objektifikasi gender dinormalisasi melalui permainan kata yang tampak tidak berbahaya, tetapi sebenarnya memperkuat relasi kuasa yang tidak seimbang dalam ruang digital (Sutrisno, 2023).



Gambar 3.15. Komentar pelecehan melalui sindiran seksual

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar “*terima kasih dek udah nemenin om*” adalah sebuah ekspresi yang dari perspektif teori ekologi media Marshall McLuhan, menunjukkan bagaimana medium itu sendiri membentuk cara kita berinteraksi dan mengkonstruksi makna. McLuhan, dengan penekanan pada “*medium is the message,*” berpendapat bahwa karakteristik intrinsik dari sebuah media memiliki dampak yang lebih signifikan pada masyarakat daripada konten yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi digital seperti komentar ini,

mediumnya—yakni platform media sosial—menciptakan konteks di mana interaksi semacam ini dapat terjadi dan dipahami.

Dalam ekologi media pelecehan melalui godaan sering kali disampaikan dalam bentuk komentar yang tampak ramah atau bercanda, tetapi secara implisit mengandung unsur dominasi simbolik dan objektifikasi gender. Komentar seperti “*terima kasih dek udah nemenin om*” mencerminkan bagaimana bahasa dalam interaksi digital dapat digunakan untuk membangun relasi kuasa yang tidak seimbang antara pelaku dan target pelecehan (Sari & Nugroho, 2021). Penggunaan kata “dek” dan “om” dalam komentar tersebut menciptakan kesan hierarki usia yang digunakan untuk menormalisasi relasi yang secara sosial tidak setara. Dalam perubahan budaya digital, strategi komunikasi semacam ini sering kali digunakan untuk menyamarkan ketertarikan seksual dalam bahasa yang terdengar akrab dan tidak mengancam, padahal sebenarnya mengandung unsur manipulasi sosial (Rahmadani, 2022). Menurut penelitian Maulana & Fadhilah (2023), bentuk komunikasi seperti ini merupakan bagian dari strategi pelecehan berbasis bahasa yang sering kali diabaikan karena dikemas dalam humor atau sindiran secara halus.

McLuhan akan menyatakan bahwa platform media sosial sebagai medium memungkinkan jenis komunikasi yang lebih langsung dan seringkali tanpa filter, bahkan di luar norma kesopanan yang biasa berlaku di dunia nyata. Kemudahan akses dan sifat interaktif ini bisa dimanfaatkan untuk menyamarkan niat tersembunyi. Misalnya, sebuah komentar yang tampak polos dapat membawa konotasi seksual atau merendahkan jika disandingkan dengan konten

visual yang memicu, atau jika itu adalah bagian dari pola komunikasi yang lebih besar. Dalam konteks pelecehan, "*terima kasih dek udah nemenin om*" bisa menjadi pembuka untuk pesan yang lebih eksplisit atau godaan yang tidak diinginkan, terutama jika "om" tersebut memiliki posisi dominan atau *follower* yang besar, menciptakan rasa ketidaknyamanan bagi "dek". McLuhan menyebutkan bahwa medium memiliki kemampuan untuk "membentuk ulang pola interaksi sosial" (McLuhan, 1964), dan dalam kasus pelecehan terselubung, medium digital secara paradoks menyediakan ruang yang tampaknya personal namun pada kenyataannya adalah publik dan rentan disalahgunakan.

Selain itu, frasa "*udah nemenin*" menandakan adanya ekspektasi terhadap peran yang dimainkan oleh target dalam interaksi tersebut. Dalam konteks budaya digital, ekspektasi ini bisa menjadi bentuk objektifikasi yang menganggap individu sebagai subjek yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan emosional atau bahkan seksual pelaku (Wijayanti, 2023). Fenomena ini semakin diperkuat oleh sifat media sosial yang memungkinkan komentar semacam ini mendapatkan dukungan dalam bentuk likes dan balasan, yang pada akhirnya memperkuat praktik pelecehan secara terselubung (Handayani & Putra, 2022). Hal ini berkontribusi pada lingkungan digital yang permisif terhadap komentar bernuansa pelecehan, karena sering kali dianggap sebagai bagian dari dinamika komunikasi sehari-hari yang tidak berbahaya (Kusaini et al., 2024).

Komentar “*Terima kasih dek udah nemenin om*” merupakan bentuk pelecehan verbal halus (*subtle verbal harassment*) dalam ranah Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO). Ungkapan tersebut menampilkan relasi kuasa antara laki-laki dan perempuan yang dimanipulasi secara simbolik melalui sapaan “*om*” dan “*dek*”. Dalam konteks komunikasi digital, sapaan seperti ini digunakan untuk membangun relasi pseudo-intim yang tidak setara, di mana laki-laki menempatkan dirinya sebagai figur yang lebih tua dan dominan terhadap perempuan yang lebih muda (Mahardika, 2022: 91).

Menurut Kurniawan (2023), penggunaan istilah “*om*” dalam ruang digital sering kali menjadi kode sosial dengan konotasi seksual, merujuk pada hubungan imajiner antara laki-laki dewasa dan perempuan muda. Pola komunikasi ini memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan sebagai alat pelecehan simbolik, meskipun disamarkan dengan kesan sopan atau akrab (Kurniawan, 2023: 47). Kalimat “*terima kasih dek udah nemenin om*” secara eksplisit menampilkan relasi kuasa berbasis usia dan gender, di mana pelaku menggunakan sapaan “*dek*” untuk menciptakan suasana seolah ada kedekatan personal, padahal sebenarnya merupakan bentuk pendekatan bernuansa seksual.

Fenomena ini juga dapat dikategorikan sebagai *grooming language digital*, yaitu strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun kedekatan emosional semu agar pelecehan tampak wajar (Lailasari, 2021: 53). Dalam konteks ini, ucapan terima kasih bukan semata ekspresi apresiasi, melainkan cara halus untuk mempertahankan relasi kuasa dan ketimpangan gender di ruang maya.

Dari perspektif teori KBGO, komentar semacam ini termasuk dalam bentuk pelecehan simbolik berbasis peran sosial—di mana pelaku menggunakan peran sosial (sebagai “om”) untuk menciptakan situasi yang tidak seimbang secara gender. Seperti dijelaskan oleh Nuraini (2022), kekerasan berbasis gender di media sosial tidak selalu berupa ancaman langsung, tetapi dapat diwujudkan melalui pola bahasa paternalistik yang menormalisasi hubungan dominatif laki-laki terhadap perempuan (Nuraini, 2022: 64).

Komentar seperti “*terima kasih dek udah nemenin om*” menunjukkan bagaimana pelecehan melalui godaan dikonstruksikan dalam teori ekologi media melalui permainan bahasa yang tampak akrab, tetapi sebenarnya memperkuat relasi kuasa yang tidak setara. Dengan dibalut dalam interaksi yang terlihat santai, bentuk pelecehan ini menjadi sulit dikenali dan lebih mudah diterima dalam lingkungan digital yang kurang memiliki regulasi terhadap komunikasi berbasis gender (Lestari & Wibowo, 2024).

C. Konstruksi melalui kalimat multitafsir

Komentar pelecehan seksual yang dikonstruksikan melalui kalimat multitafsir di akun @Kinderflix.idn menunjukkan pola komunikasi yang menyamarkan niat pelecehan dalam bentuk humor, plesetan kata, atau ironi. Temuan ini memperlihatkan bahwa banyak komentar yang sekilas tampak sebagai candaan atau pujian, tetapi memiliki makna tersirat yang mengarah pada objektifikasi dan seksualisasi individu tertentu.

Pelecehan sering kali dikonstruksikan melalui kalimat multitafsir yang memungkinkan pelaku menyamarkan maksud sebenarnya dalam bentuk humor,

ironi, atau kesan ambigu (Santoso & Lestari, 2022). Strategi ini menciptakan ruang interpretasi ganda, di mana komentar dapat dianggap sebagai lelucon oleh sebagian orang, tetapi tetap mengandung makna pelecehan bagi targetnya (I. Rahmawati, 2021). Dalam lingkungan media sosial, kalimat multitafsir seperti ini sering kali digunakan untuk menghindari tanggung jawab atas pelecehan, dengan dalih bahwa makna yang dimaksud bergantung pada bagaimana penerima memahami pesan tersebut (Wijayanti, 2023). Selain itu, sifat viralitas di platform digital mempercepat penyebaran komentar bernuansa pelecehan ini, terutama ketika mendapatkan validasi dalam bentuk likes dan balasan yang memperkuat legitimasi komunikasi tersebut (Prasetyo, 2023). Menurut Paradiaz & Sopyono (2022) menjelaskan bahwa pelecehan verbal sering dikemas dalam bentuk komunikasi yang tidak eksplisit, sehingga sulit untuk dikategorikan sebagai tindakan kriminal secara langsung

Teori ekologi media yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan menekankan bahwa media bukan hanya sekadar saluran penyampai pesan, melainkan memiliki kekuatan untuk membentuk cara manusia berpikir, merasakan, dan berperilaku. Pernyataan terkenalnya, “the medium is the message” (McLuhan, 1964), menjelaskan bahwa karakteristik dari suatu medium akan menentukan bagaimana pesan dipahami dan dikonstruksi oleh audiens. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, platform itu sendiri memiliki peran besar dalam membentuk perilaku komunikasi warganet, termasuk dalam bagaimana komentar muncul, dipahami, dan direspon.

Akun @kinderflix.idn, yang menyajikan konten bertema anak-anak, merupakan ruang digital yang seharusnya memuat nilai-nilai edukatif. Namun, pada kenyataannya, kolom komentar dalam akun tersebut justru dipenuhi oleh ujaran-ujaran multitafsir, bahkan bernuansa pelecehan, yang muncul dalam bentuk lelucon atau sindiran seksual terselubung. Fenomena ini menunjukkan bahwa komentar bukan lagi sekadar respons terhadap konten, tetapi menjadi bentuk ekspresi yang dikonstruksi oleh lingkungan media digital itu sendiri.

Tiktok sebagai medium visual dan cepat membuka ruang multitafsir karena ia membatasi konteks. Caption yang singkat, fokus utama pada gambar atau video, serta sistem komentar terbuka menciptakan lingkungan komunikasi yang serba instan, impulsif, dan tidak selalu mempertimbangkan norma etika. Dalam pandangan McLuhan, media digital seperti ini menciptakan “acoustic space”, sebuah ruang komunikasi yang tidak linear, tidak stabil, dan memungkinkan pesan didekati dari berbagai arah interpretasi. Dengan kata lain, komentar multitafsir—yang kadang bercanda, kadang melecehkan—bukan semata muncul karena niat personal individu, tetapi merupakan hasil dari bagaimana media digital membentuk cara berpikir dan berbahasa warganet.

Lebih jauh, ekologi media menjelaskan bahwa setiap medium menciptakan lingkungan sosial baru yang menuntut adaptasi tertentu dari penggunanya. Komentar-komentar multitafsir pada akun @kinderflix.idn bisa dipandang sebagai bentuk adaptasi terhadap “habitat” digital—di mana kebebasan berkomentar dan sensasi viral menjadi nilai utama. Dalam konteks ini, komentar tidak lagi dilihat sebagai alat komunikasi antarindividu,

melainkan sebagai bentuk performatif yang diarahkan untuk konsumsi publik, pencarian validasi, atau bahkan hiburan.

Refleksi ini sejalan dengan pandangan Strate (2005) dalam jurnal *Media Ecology and the Digital Age* (2004), yang menyatakan bahwa media tidak hanya menjadi saluran pesan, tetapi juga memediasi persepsi, hubungan, dan lingkungan sosial kita: *“Media not only mediate our messages, but mediate our perceptions, relationships, and social environments.”* Maka, komentar multitafsir yang muncul dalam konteks akun @kinderflix.idn bukan semata-mata merupakan bentuk penyimpangan individu, tetapi manifestasi dari bagaimana media sosial membentuk budaya komunikasi yang ambigu dan multitafsir.

Dengan demikian, teori ekologi media dari McLuhan memberikan pemahaman bahwa bentuk dan isi komentar dalam platform digital sangat dipengaruhi oleh karakteristik media itu sendiri. Dalam kasus ini, Tiktok sebagai medium telah membentuk realitas komunikasi yang memungkinkan berkembangnya komentar multitafsir, termasuk yang mengandung nuansa pelecehan, sebagai bagian dari budaya interaksi digital yang semakin kompleks.

Berikut beberapa komentar multitafsir pada akun Tiktok @Kinderflix.idn yaitu

“ahhhh 🥰”

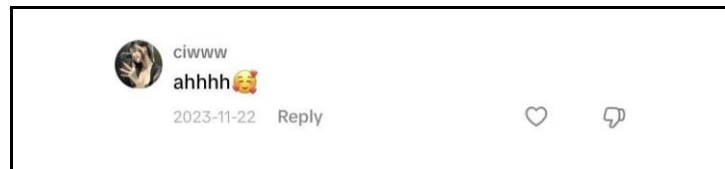
“ahhh ga kuat sumpah liatnyaaa 💔”

“kak nisa aku pengen crt”

“wah bisa brot nih”

“pengen crf ke KK nisa”

Akibatnya, kalimat multitafsir tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyamarkan pelecehan tetapi juga memperkuat budaya digital yang permisif terhadap praktik tersebut, dengan menggeser fokus dari tindakan pelaku ke reaksi korban yang dianggap berlebihan jika menanggapi komentar tersebut secara serius (Lestari & Wibowo,2024)



Gambar 3.16. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.17. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar multitafsir seperti “ahhh” dan “ahhh gakuat sumpah liatnya” yang muncul di media sosial, terutama pada unggahan visual yang menampilkan tubuh atau penampilan seseorang, dapat dipahami lebih dalam melalui lensa teori ekologi media Marshall McLuhan. McLuhan menyatakan bahwa media bukan hanya saluran penyampai pesan, tetapi juga lingkungan yang secara aktif membentuk cara berpikir, merasa, dan berperilaku manusia. Dalam teori Marshal Mc Luhan mengungkapakan , “*the medium is the message*”, mengajak kita untuk memahami bahwa pengaruh media tidak

terletak semata pada isi pesannya, melainkan pada karakteristik media itu sendiri yang mengubah struktur kesadaran kolektif.

Dalam perubahan budaya digital, kalimat multitafsir menjadi salah satu strategi komunikasi yang digunakan untuk menyamarkan pelecehan dalam interaksi online. Komentar seperti “*ahhh*” dan “*ahhh gakuat sumpah liatnyaa*” merupakan contoh bagaimana ekspresi verbal sederhana dapat memiliki makna ambigu yang bergantung pada konteks dan interpretasi audiens (I. Rahmawati, 2021). Perubahan budaya digital, pesan dengan makna ganda seperti ini sering kali digunakan untuk menciptakan ruang interpretasi yang memungkinkan pelaku menghindari tanggung jawab atas pelecehan dengan berpura-pura bahwa komentar mereka tidak bermaksud negatif (Santoso & Lestari, 2022).

Dalam konteks ruang digital, terutama media sosial berbasis visual seperti Instagram atau TikTok, komentar singkat dan multitafsir semacam ini tidak bisa dianggap netral. Ketika seseorang menuliskan “*ahhh*” atau “*gakuat sumpah liatnyaa*” pada video atau foto perempuan, komentar itu tidak hanya berfungsi sebagai respons emosional atau ekspresi spontan. Ia hadir sebagai bagian dari konstruksi simbolik yang berkontribusi pada objektifikasi tubuh perempuan, meskipun dibungkus dalam bentuk seolah-olah pujian atau kekaguman.

Komentar semacam ini memiliki muatan seksual yang samar, namun dapat dibaca sebagai bentuk pelecehan, tergantung pada konteks visual dan nada komunikasi yang mengiringinya. Ketika tubuh dijadikan objek tatapan dan komentar seperti itu diulang dan dinormalisasi, maka media sosial menciptakan ekosistem yang memperkuat kekerasan simbolik terhadap perempuan. Ini

sejalan dengan pandangan McLuhan bahwa media baru mengubah cara kita berinteraksi dan membentuk norma sosial baru, yang dalam hal ini mencakup cara tubuh perempuan dikonsumsi secara publik.

Komentar “*ahhh*” memiliki sifat yang sangat terbuka untuk ditafsirkan, tergantung pada situasi dan konten yang dikomentari. Dalam banyak kasus, ekspresi ini dapat diartikan sebagai respons netral, tetapi dalam konteks tertentu—terutama jika diarahkan pada individu atau konten yang menampilkan seseorang—komentar ini dapat memiliki konotasi seksual yang implisit (Nugroho & Haryanti, 2023). Sementara itu, komentar “*ahhh gakuat sumpah liatnyaa*” semakin memperjelas makna multitafsir tersebut dengan menunjukkan adanya reaksi emosional yang berlebihan terhadap sesuatu yang dilihat, yang dapat mengarah pada objektifikasi (Maulana & Fadhilah, 2024).

Komentar seperti “*ahhh*” dan “*ahhh gakuat sumpah liatnyaa*” merupakan bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang menampilkan pelecehan dalam bentuk ekspresi sugestif bernuansa seksual. Menurut Rachman (2022), KBGO tidak selalu hadir dalam bentuk ancaman atau kata vulgar, tetapi juga melalui ekspresi sederhana yang mengandung konotasi seksual dan ditujukan untuk mengekspresikan ketertarikan atau hasrat terhadap perempuan (Rachman, 2022: 38).

Ungkapan “*ahhh*” secara linguistik berfungsi sebagai representasi ekspresi kenikmatan atau respons sensual yang kerap digunakan dalam konteks erotis. Ketika diikuti dengan kalimat “*gakuat sumpah liatnyaa,*” maknanya menjadi lebih eksplisit karena menggambarkan ketidakmampuan menahan

dorongan seksual akibat melihat konten perempuan. Berdasarkan pandangan Saraswati (2023), ekspresi semacam ini termasuk dalam bentuk *digital sexual remark*, yaitu komentar yang bersifat spontan, tetapi memiliki muatan erotik dan ditujukan untuk mengobjektifikasi perempuan di ruang maya (Saraswati, 2023: 71).

Fenomena ini juga berkaitan dengan konsep *male gaze digital*, di mana perempuan dipandang sebagai objek visual semata. Dalam penelitian Fitria dan Setyawan (2021), pandangan laki-laki di media sosial sering kali berorientasi pada tubuh perempuan, bukan pada konten atau pesan yang disampaikan (Fitria & Setyawan, 2021: 56). Dengan demikian, komentar seperti “*ahhh gakuat sumpah liatnya*” memperlihatkan bagaimana ruang digital mereproduksi objektifikasi tubuh perempuan melalui bahasa yang tampak ringan namun bermuatan pelecehan.

Selain itu, tindakan tersebut menunjukkan bentuk kekerasan simbolik (*symbolic violence*) sebagaimana dikemukakan oleh Bourdieu (dalam Amelia, 2022) — kekerasan yang dilakukan secara halus melalui simbol, bahasa, dan kebiasaan sosial yang dianggap wajar (Amelia, 2022: 49). Komentar berkonotasi seksual yang disamarkan sebagai ekspresi spontan ini menjadi bagian dari proses normalisasi pelecehan, di mana masyarakat digital menganggapnya sebagai bentuk humor atau kekaguman biasa.

Dari perspektif teori KBGO, ekspresi “*ahhh*” dan “*ahhh gakuat sumpah liatnya*” termasuk dalam kategori *verbal sexual harassment implicit*, yaitu pelecehan seksual yang dikemas dalam bentuk kata, reaksi, atau komentar

dengan nuansa seksual tanpa menyebut tindakan secara eksplisit (Sari, 2020: 82). Efeknya tidak hanya menciptakan ketidaknyamanan bagi perempuan yang menjadi sasaran, tetapi juga memperkuat ketimpangan gender di ruang digital, di mana tubuh perempuan terus menjadi pusat perhatian dan konsumsi publik.

Dengan demikian, komentar tersebut tidak bisa dianggap sekadar ekspresi spontan, melainkan merupakan bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online yang memperkuat objektifikasi dan dehumanisasi terhadap perempuan. Kasus seperti ini menegaskan perlunya pendekatan etika digital dan literasi gender, agar masyarakat mampu mengenali bentuk pelecehan verbal terselubung yang telah dinormalisasi di platform media sosial.

Fenomena ini semakin diperkuat oleh sifat interaktif media sosial, di mana komentar multitafsir ini mendapatkan validasi dari pengguna lain melalui likes dan balasan yang menormalisasi penggunaan bahasa semacam ini dalam komunikasi digital (Wijayanti, 2023). Menurut teori budaya digital, platform digital tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga mempercepat penyebaran norma dan praktik yang berulang kali digunakan, termasuk dalam kasus pelecehan terselubung melalui komentar multitafsir (Prasetyo, 2023). Dengan demikian, komentar seperti “*ahhh*” dan “*ahhh gakuat sumpah liatnyaa*” dikonstruksikan sebagai bentuk pelecehan yang tersamar, di mana pelaku dapat berdalih bahwa mereka hanya bereaksi secara spontan, meskipun dalam praktiknya komentar tersebut dapat menciptakan ketidaknyamanan bagi targetnya (Kusaini et al., 2024).

Komentar multitafsir tersebut tidak bisa dibaca hanya dari isinya, tetapi harus dipahami dalam kerangka media yang menghasilkannya. Ketika seseorang menuliskan “ahhh” pada unggahan seorang perempuan yang menampilkan bagian tubuh tertentu—meski tidak bermaksud sensual—komentar itu menjadi *pesan seksual terselubung* yang hanya bisa dimaknai utuh bila kita memahami “*message*”-nya melalui media yang melahirkannya. Media sosial sebagai medium telah membentuk cara kita memahami emosi, keinginan, dan kuasa melalui komentar ringkas dan multitafsir.

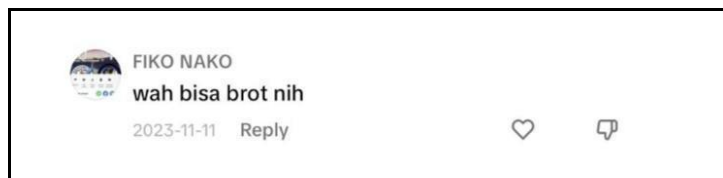
Pernyataan McLuhan bahwa “*the medium is the message*” menjadi relevan sepenuhnya. Medium media sosial bukan hanya menyampaikan komentar, tetapi membentuk cara kita membaca komentar itu. Ia menyamakan bentuk kekerasan simbolik menjadi ‘candaan’ dan mengubah peran pelaku pelecehan menjadi ‘penggemar’ yang hanya ‘mengungkapkan kekaguman’.

Melalui pendekatan ini, menjadi jelas bahwa komentar multitafsir seperti “ahhh” atau “gakuat liatnya” bukan hanya perkara pilihan kata, melainkan representasi dari bagaimana media menciptakan bentuk-bentuk baru dari relasi kuasa, objektifikasi, dan bahkan normalisasi pelecehan dalam balutan interaksi digital yang tampak remeh dan tidak berbahaya. Sifat ambigu dari komentar semacam ini memungkinkan pelaku menghindari tanggung jawab langsung sambil tetap menyampaikan pesan yang dapat dimaknai sebagai bentuk ketertarikan yang tidak pantas (Lestari & Wibowo, 2024)



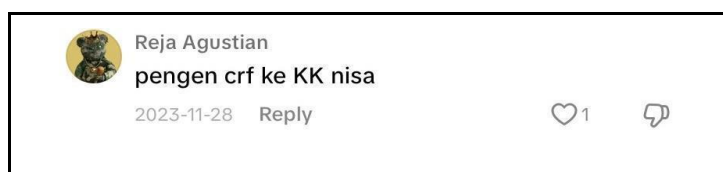
Gambar 3.18. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.19. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn



Gambar 3.20. Komentar pelecehan melalui Kalimat Multitafsir

Sumber : Akun Tiktok Kinderflix.idn

Komentar ini dapat mengandung muatan seksual implisit. Komentar-komentar ini seolah hadir sebagai kelakar, tetapi sesungguhnya merupakan bagian dari praktik objektifikasi dan pelecehan simbolik. Untuk memahami bagaimana komentar semacam ini terbentuk dan menjadi “wajar”, kita dapat merujuk pada teori ekologi media Marshall McLuhan, khususnya gagasannya yang paling terkenal: “*The medium is the message.*”

Kalimat multitafsir ini memungkinkan pelecehan terselubung dengan menyamarkan maksud sebenarnya melalui ekspresi yang terlihat netral atau ambigu. Komentar seperti "wah bisa brot nih", "aku pengen crt ke kak Nisa", dan "aku pengen crf ke kk Nisa" menunjukkan bagaimana bahasa dalam komunikasi digital dapat membuat pesan dengan makna ganda, yang dapat

dipahami sebagai ungkapan biasa tetapi juga mengandung konotasi seksual atau objektif terhadap orang yang dikomentari (Suryani & Wibowo, 2022).

Melalui konsep *the medium is the message*, McLuhan mengingatkan kita bahwa yang terpenting bukan hanya isi komentar, tetapi bagaimana karakter media tempat komentar itu lahir membentuk cara komentar tersebut dibuat dan dimaknai. Komentar “*pengen crt*” adalah contoh bagaimana hasrat seksual dapat disisipkan dalam format komunikasi yang tampak biasa, karena media sosial mendorong ekspresi yang tidak langsung, singkatan, simbolik, dan sering kali terselubung. Dalam konteks unggahan perempuan yang menampilkan tubuh atau penampilan menarik, komentar seperti ini menjelma menjadi bentuk objektifikasi yang tidak terlihat kasar secara eksplisit, namun tetap menyampaikan intensi seksual yang dapat melukai secara simbolik.

Komentar “*kak Nisa aku pengen crt*” tampak seperti ungkapan ingin bercerita (curhat), tetapi dalam konteks digital, terutama ketika digunakan dalam kolom komentar terhadap seseorang yang menjadi objek perhatian, ekspresi ini sering kali memiliki makna implisit yang mengarah pada keinginan untuk melakukan sesuatu yang lebih intim atau bersifat seksual (Rahmadani, 2023). Bentuk komunikasi multitafsir ini memungkinkan pelaku untuk tetap memiliki alasan atau dalih bahwa mereka hanya ingin berbagi cerita, sementara makna yang lebih dalam dapat dipahami berbeda oleh audiens lain yang terbiasa dengan kode-kode bahasa digital tertentu (Anwar & Fadilah, 2024).

Sementara itu, komentar “*wah bisa brot nih*” adalah contoh lain dari bagaimana budaya digital menciptakan istilah-istilah baru yang memiliki

makna ganda dan sering kali digunakan untuk menandai situasi yang dianggap mengundang atau memicu respons tertentu. Dalam konteks digital, kata brot merupakan istilah *slang* yang dapat diartikan sebagai ekspresi ketertarikan seksual, yang sering kali digunakan dalam komunitas daring untuk merespons sesuatu yang dianggap menggoda atau menarik secara fisik (Fauziah & Prasetya, 2023). Penggunaan istilah semacam ini memperlihatkan bagaimana komunitas digital membangun sistem komunikasi tersendiri yang memungkinkan pelecehan terselubung dilakukan dengan cara yang tidak langsung, sehingga sulit untuk dikategorikan secara eksplisit sebagai tindakan pelecehan (Maulana et al., 2024).

McLuhan meyakini bahwa medium (dalam hal ini media sosial) lebih menentukan daripada pesan itu sendiri. Artinya, bukan hanya apa yang dikatakan dalam komentar seperti “wah bisa brot nih” yang penting, tetapi bagaimana media sosial sebagai medium telah mengondisikan munculnya komentar tersebut sebagai bentuk komunikasi yang dianggap lumrah, bahkan menghibur. Dalam lingkungan komunikasi digital yang serba cepat, berbasis visual, dan menekankan respons instan, muncul gaya komunikasi yang menyamarkan hasrat seksual dalam format humor, kode, atau slang yang multitafsir. “Wah bisa brot nih” pada dasarnya adalah ekspresi ketertarikan seksual, namun disamarkan dengan gaya bahasa yang terdengar lucu dan tidak frontal—ini adalah strategi simbolik yang memungkinkan kekerasan gender terjadi secara terselubung dan sering kali lolos dari pengawasan atau koreksi sosial.

Komentar “wah bisa brot nih,” “aku pengen crt ke Kak Nisa,” dan “aku pengen crf ke Kak Nisa” merupakan bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) yang menonjolkan pola pelecehan seksual terselubung melalui penggunaan bahasa kode atau singkatan vulgar. Menurut Komnas Perempuan (2021), KBGO adalah segala bentuk kekerasan yang dilakukan melalui teknologi digital dan berakar pada ketimpangan gender, termasuk tindakan pelecehan verbal atau simbolik yang merendahkan martabat perempuan.

Dalam konteks ini, penggunaan istilah seperti “*brot*,” “*crt*,” dan “*crf*” berfungsi sebagai kode linguistik untuk mengekspresikan hasrat seksual tanpa harus menyatakannya secara eksplisit. Menurut Pangestu & Nurbayati (2023), fenomena ini termasuk dalam kategori *coded sexual harassment* — bentuk pelecehan yang dibungkus dengan bahasa gaul, plesetan, atau singkatan agar tampak lucu, tetapi tetap bermakna seksual (Pangestu & Nurbayati, 2023: 52). Komentar seperti ini menjadikan perempuan, dalam hal ini Kak Nisa, sebagai objek fantasi dan pemenuhan hasrat laki-laki, bukan sebagai individu dengan kapasitas profesional.

Selain itu, praktik ini juga memperlihatkan anonimitas digital sebagai faktor yang memperkuat keberanian pelaku KBGO. Di ruang daring seperti TikTok, pengguna merasa terlindungi oleh identitas maya, sehingga berani menuliskan komentar bernuansa seksual tanpa takut konsekuensi sosial (Novianti, 2022: 89). Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital masih rentan terhadap reproduksi budaya patriarki, di mana pelecehan terhadap perempuan dibungkus dalam bentuk humor atau ekspresi spontan.

Dari perspektif teori KBGO, ujaran tersebut termasuk kategori verbal dan *symbolic online sexual harassment*, yaitu bentuk kekerasan yang disampaikan melalui bahasa atau simbol yang mengandung makna seksual (Kusuma, 2021: 117). Walaupun tidak eksplisit, dampak yang ditimbulkan tetap sama seperti pelecehan langsung — yakni menimbulkan rasa tidak nyaman, malu, atau terobjektifikasi bagi korban.

Lebih jauh, fenomena ini juga berkaitan dengan konsep normalisasi kekerasan digital. Menurut Dewi & Wahyuni (2020), bahasa berkonotasi seksual yang dikemas dalam guyonan di media sosial menjadi bagian dari mekanisme budaya yang membuat pelecehan terhadap perempuan tampak wajar dan tidak berbahaya (Dewi & Wahyuni, 2020: 64). Hal ini berpotensi memperkuat bias gender di ruang publik digital serta melemahkan posisi perempuan sebagai komunikator profesional.

Dengan demikian, komentar “*wah bisa brot nih,*” “*aku pengen crt ke Kak Nisa,*” dan “*aku pengen crf ke Kak Nisa*” dapat dikategorikan sebagai bentuk KBGO linguistik yang mengandung elemen pelecehan seksual terselubung, anonimitas pelaku, dan normalisasi kekerasan. Ujaran semacam ini memperlihatkan bagaimana bahasa gaul dapat menjadi instrumen untuk melanggengkan kekerasan berbasis gender di ruang digital, menegaskan pentingnya literasi digital berperspektif gender serta penegakan etika komunikasi daring agar media sosial menjadi ruang yang lebih aman bagi perempuan.

Media sosial menciptakan ekosistem di mana komentar seksual dapat hadir secara tidak langsung dan dianggap sebagai bagian dari “kebiasaan digital”. McLuhan menyebut ini sebagai transformasi kesadaran sosial akibat bentuk media baru—media tidak hanya mengubah cara kita menyampaikan sesuatu, tetapi juga cara kita merasakannya. Ketika komentar seperti “bisa brot” menjadi bagian dari tren komentar dibaca sebagai pelecehan.

Selain itu, komentar “*pengen crf ke kk Nisa*” mengandung makna multitafsir yang serupa dengan komentar sebelumnya. Frasa crf dalam budaya digital sering kali dikaitkan dengan istilah yang memiliki konotasi seksual, tergantung pada konteks penggunaannya (Wijayanti & Hidayat, 2024). Seperti yang dijelaskan dalam teori budaya digital, penggunaan kode-kode bahasa semacam ini merupakan bagian dari bagaimana komunitas online membentuk makna dan menciptakan norma baru dalam komunikasi digital (I. Rahmawati, 2021). Dengan kata lain, komentar multitafsir semacam ini tidak muncul secara kebetulan, tetapi merupakan bagian dari pola komunikasi yang telah terbentuk dalam lingkungan digital dan terus direproduksi oleh pengguna lain yang memahami makna tersirat dari istilah tersebut (Lestari, 2024).

Sifat media sosial yang sangat terlibat, di mana komentar dengan berbagai interpretasi sering kali menerima validasi sosial melalui suka, balasan, atau bahkan reaksi lucu dari pengguna lain, semakin mendukung fenomena ini. Bahasa digital yang mengandung pelecehan multi-tafsir menjadi semakin terinternalisasi dalam komunikasi online seiring dengan meningkatnya jumlah

interaksi dengan komentar-komentar semacam itu. Hal ini, pada gilirannya, memperkuat budaya yang toleran terhadap objektifikasi dan pelecehan di ruang digital (Nugroho & Saputra, 2024).

Lebih lanjut, teori budaya digital menekankan bagaimana komunikasi di ruang digital memungkinkan pengguna untuk menghindari pertanggungjawaban atas pesan yang mereka sampaikan dengan mengklaim bahwa interpretasi audiens yang menentukan maknanya. Bahkan ketika komentar mereka jelas-jelas memiliki konotasi seksual yang tersembunyi, pelaku dapat dengan mudah menyangkal bahwa mereka bermaksud melecehkan karena fleksibilitas interpretasi ini (Handayani, 2024). Respons dari pelaku pelecehan atau komunitas daring sering kali berupa pengabaian atau pembelaan bahwa hal tersebut hanyalah lelucon yang tidak perlu ditanggapi secara serius ketika korban pelecehan membalas atau menegur komentar tersebut (Putra, 2024).

Secara keseluruhan, cara pelecehan dikonstruksi dalam budaya digital dengan menggunakan kalimat-kalimat yang multitafsir menunjukkan bagaimana bahasa digunakan sebagai kedok untuk melecehkan dan mengobjektifikasi dalam komunikasi daring. Komentar seperti "wah bisa brot ya," "kak Nisa aku mau crt," dan "mau crf ke kk Nisa" adalah contoh terang-terangan bagaimana bahasa digital dikonstruksi agar dapat digunakan untuk mengekspresikan pesan-pesan yang bernada seksual tanpa harus mengatakannya secara langsung. Karena sifatnya yang ambigu, lebih sulit untuk mengklasifikasikan jenis pelecehan ini sebagai kejahatan karena dapat dengan

mudah dibela sebagai sesuatu yang tidak berbahaya atau bahkan sebagai bentuk humor daring (Susanto & Wicaksono, 2023). Namun, tanpa adanya regulasi atau peningkatan kesadaran di antara pengguna media sosial, pola komunikasi seperti ini akan memperkuat budaya pelecehan daring dan menumbuhkan atmosfer yang lebih menerima objektifikasi terhadap orang-orang tertentu (Saputra & Maulana, 2024).

D. Budaya berkomentar dalam budaya digital

Berbudaya komentar di budaya digital berarti memiliki kesadaran dan tanggung jawab dalam menyampaikan pendapat di media sosial dan platform digital lainnya. Dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, setiap individu memiliki kebebasan untuk mengekspresikan pendapatnya. Namun, kebebasan ini juga harus diimbangi dengan etika komunikasi agar tidak menimbulkan konflik, penyebaran hoaks, atau bahkan ujaran kebencian. Budaya komentar yang baik dalam dunia digital mencerminkan sikap saling menghargai dalam diskusi. Menggunakan bahasa yang sopan, tidak menyerang secara personal, serta memahami konteks sebelum memberikan komentar adalah bagian dari etika berkomentar yang sehat. Budaya berkomentar juga mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk berpartisipasi dalam diskusi publik tanpa adanya filter dari *gatekeeper* seperti dalam media konvensional. Akibatnya, komentar yang muncul sangat beragam, mulai dari yang bersifat positif hingga negatif, termasuk ujaran kebencian dan pelecehan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial menjadi ruang

bebas berekspresi yang dapat memperkuat atau justru merusak kualitas interaksi sosial dalam masyarakat digital (Nasrullah, 2015).

Etika dalam budaya berkomentar di ruang digital menjadi isu yang semakin penting, terutama dalam menangani ujaran kebencian dan pelecehan di media sosial. Dalam penelitian Subianto, 2018 ujaran kebencian di media sosial sering kali muncul dalam bentuk penghinaan, pencemaran nama baik, hasutan, hingga penyebaran hoaks. Kebebasan berekspresi yang diberikan di dunia digital sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran akan dampak dari komentar yang diunggah, sehingga memicu perpecahan dan konflik sosial. Ujaran kebencian dalam komentar digital tidak hanya merugikan individu yang menjadi sasaran tetapi juga bisa berdampak pada masyarakat secara luas.

Selain ujaran kebencian, pelecehan di ruang digital juga menjadi isu yang memerlukan perhatian serius. Bentuk pelecehan ini bisa berupa komentar yang mengandung unsur seksual, merendahkan, atau menyudutkan individu tertentu. Penyebaran komentar semacam ini tidak hanya berdampak pada psikologis korban, tetapi juga menciptakan lingkungan digital yang tidak sehat. Oleh karena itu, pengguna media sosial harus memahami bahwa setiap komentar yang diunggah memiliki konsekuensi, baik secara sosial maupun hukum (Sugiharto et al., 2019)

Di era digital, komentar yang tidak bijak dapat berdampak luas, terutama jika menjadi viral. Penyebaran ujaran kebencian dan *cyberbullying* dapat memengaruhi psikologis individu yang menjadi sasaran, bahkan berujung pada konsekuensi hukum. Oleh karena itu, setiap pengguna media sosial harus

memiliki kesadaran akan jejak digital yang ditinggalkan, di mana setiap komentar yang dibuat dapat berdampak dalam jangka panjang. Budaya berkomentar dalam budaya digital juga sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial. Dengan semakin mudahnya akses ke berbagai platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, masyarakat Indonesia memiliki kebebasan lebih besar dalam mengekspresikan pendapatnya di ruang publik digital.

Budaya komentar di media digital dipengaruhi oleh fenomena psikologi sosial, seperti kebutuhan akan eksistensi diri dan validasi sosial. Dalam konteks ini, individu sering kali berkomentar untuk mendapatkan perhatian, meningkatkan citra diri, atau membangun identitas di dunia maya. Studi menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk membangun persona digital yang dikonstruksi melalui unggahan dan interaksi dengan orang lain. Komentar yang mendapatkan banyak respons, seperti “likes” atau balasan, dapat memperkuat motivasi seseorang untuk terus berpartisipasi dalam diskusi daring (Nasrullah, 2015). Keterbukaan di media sosial juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian. Dalam beberapa kasus, komentar di media sosial dapat memicu perdebatan sengit, bahkan konflik digital yang disebut sebagai *cyberwar*. Fenomena ini sering terjadi dalam isu-isu politik dan sosial, di mana kelompok-kelompok dengan pandangan berbeda saling menyerang melalui komentar negatif. Hal ini menunjukkan bahwa budaya komentar di media digital tidak hanya berfungsi

sebagai wadah komunikasi, tetapi juga dapat menjadi alat propaganda dan polarisasi sosial.

Handoko dan Farida (2021) menyoroti bahwa budaya komentar yang tidak etis di media sosial dapat menciptakan polarisasi di masyarakat. Mereka menemukan bahwa ujaran kebencian dan komentar negatif yang menyebar luas di platform digital tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga dapat memicu perpecahan sosial. Namun, budaya berkomentar di dunia digital tidak selalu bersifat negatif. Banyak komunitas daring yang mendorong diskusi yang sehat dan edukatif. Media sosial juga sering digunakan untuk menyampaikan kritik sosial atau sebagai sarana advokasi terhadap isu-isu tertentu. Sehingga tantangan dalam budaya digital bukan hanya mengatasi ujaran kebencian atau komentar negatif, tetapi juga memanfaatkan ruang digital untuk komunikasi yang lebih produktif

Dengan meningkatnya literasi digital, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya berbudaya dalam berkomentar. Etika dalam berkomentar di budaya digital bukan hanya tentang bagaimana seseorang menulis komentar, tetapi juga bagaimana seseorang menyaring informasi, menanggapi perbedaan pendapat, dan membangun komunikasi yang lebih konstruktif dalam ruang digital yang semakin kompleks. Selain tantangan tersebut, budaya komentar yang baik juga dapat menjadi sarana positif dalam menyampaikan kritik membangun, berbagi wawasan, serta mendukung berbagai gerakan sosial. Media sosial bisa menjadi ruang diskusi yang sehat jika digunakan dengan cara yang bertanggung jawab dan beretika.

Dari perspektif komunikasi, budaya komentar di media sosial juga mencerminkan perubahan dalam pola interaksi antarindividu. Tidak seperti komunikasi langsung yang dipengaruhi oleh ekspresi wajah dan bahasa tubuh, komentar di media sosial sering kali disalahartikan karena kurangnya konteks. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman atau bahkan perdebatan yang tidak perlu. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk menerapkan etika berkomentar yang baik, seperti menggunakan bahasa yang sopan, tidak menyebarkan hoaks, dan menghargai pendapat orang lain.

Budaya komentar dalam komunikasi digital dengan konteks isi pesan ini merupakan hal yang paling penting karena menjadi topic pembicara utama yang ingin disampaikan melalui media sosial. Dalam konteks ini, pengguna komunikasi digital khususnya sosial media diharapkan lebih mengerti mengenai apa yang ingin di sampaikan, jangan sampai pesan yang kita kirimkan dapat menyakiti perasaan orang lain melalui tutur bahasa yang kurang sopan, menggali informasi pribadi seseorang yang seharusnya tidak kita lakukan dan menyebarkan pesan berita yang belum jelas kenyataannya, agar tidak menimbulkan ketidaknyamanan dari pengguna lain (Turnip & Siahaan, 2021)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

TikTok sebagai platform media sosial yang berbasis interaksi dan algoritma *For You Page (FYP)*, telah menjadi ruang publik digital yang tidak hanya mendorong kreativitas, tetapi juga memunculkan berbagai bentuk perilaku komunikasi negatif. Salah satu fenomena yang mencolok adalah munculnya kekerasan berbasis gender online (KBGO) dalam bentuk pelecehan verbal dan objektifikasi terhadap perempuan. Hal ini terlihat nyata pada kasus yang dialami oleh Kak Nisa, host Kinderflix, yang menjadi sasaran komentar-komentar bernada merendahkan dan menilai berdasarkan aspek fisik serta ekspresi diri, bukan pada substansi konten yang dibawakan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa Kak Nisa telah dijadikan objek objektifikasi perempuan di ruang digital, di mana tubuh dan penampilannya diperlakukan sebagai pusat perhatian publik, sementara perannya sebagai pembawa konten edukatif justru terpinggirkan. Interaksi semacam ini memperlihatkan bahwa budaya digital di TikTok masih sarat dengan bias gender dan pandangan patriarkis yang memosisikan perempuan sebagai objek visual, bukan subjek intelektual.

Dengan demikian, TikTok dalam konteks kasus Kinderflix bukan hanya menjadi sarana penyebaran konten edukatif, tetapi juga wadah yang memperlihatkan bagaimana objektifikasi perempuan masih terjadi secara terbuka

di ruang daring. Kasus Kak Nisa menjadi cerminan bahwa eksistensi perempuan di media sosial kerap dihadapkan pada penilaian berbasis fisik dan stereotip gender, yang memperkuat urgensi literasi digital dan kesadaran etika komunikasi di platform media sosial.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini berkaitan dengan batasan data, teknik analisis, serta cara yang diterapkan untuk mengkaji pelecehan verbal pada kolom komentar akun @Kinderflix.Idn. Penelitian ini hanya mengamati komentar yang terbuka untuk umum, sehingga tidak mencakup interaksi dalam lingkungan tertutup seperti pesan pribadi atau grup komunitas, yang bisa menyimpan jenis pelecehan verbal yang lebih jelas. Penelitian juga tidak mencakup wawancara dengan para pelaku atau orang yang menjadi korban pelecehan, sehingga pandangan pribadi tentang pengalaman dan efek pelecehan tidak dijelaskan secara menyeluruh.

C. Saran

Berdasarkan hasil, penelitian yang akan datang diharapkan menerapkan metode yang lebih menyeluruh dengan melibatkan secara langsung orang-orang yang berpartisipasi, sehingga wawasan mengenai kekerasan verbal dalam budaya digital dapat lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2022). *Kekerasan Simbolik dalam Komunikasi Daring: Analisis Bahasa Seksual di Media Sosial*. *Jurnal Gender dan Media*, 5(1), 45–54.
- Ananda, R. F., & Wibowo, T. (2021). Komunikasi Humor Dalam Budaya Digital: Studi Kasus Pada Komentar Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 45–60.
- Astuti, S. W., Pradoto, D., & Romaria, G. (2019). Victim Blaming Kasus Pelecehan Seksual: Studi Netnografi Pelecehan Seksualterhadap Via Valen Di Instagram. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 5(1), 145–165. <https://doi.org/10.52447/Promedia.V5i1.1625>
- Astuti, R. (2021). *Relasi Kuasa dan Bahasa Seksual dalam Komentar Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi dan Gender*, 9(1), 55–63.
- Ayu, L. (2020). *Pengembangan Model Pembelajaran Multi-Representasi Pemecahan Masalah (Mirecal) Untuk Meningkatkan Keterampilan Literasi Digital Mahasiswa Di Era Revolusi Industri 4.0* [Doctoral/Disertasi Thesis]. Universitas Negeri Padang.
- Bestari, N. P. (2023, March 20). *Daftar Negara Blokir Tiktok, Ini Kronologi Dan Penyebabnya*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230320145209-37-423245/daftar-negara-blokir-tiktok-ini-kronologi-dan-penyebabnya>
- Br Simbolon, N. R., Sihombing, M., Kusmanto, H., & Isnaini, I. (2019). Implementasi Program Kartu Indonesia Sehat. *Strukturasi: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 1(2), 147–155. <https://doi.org/10.31289/strukturasi.V1i2.32>
- Bungin, B. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (2nd Ed.). Prenada Media Group.
- Catahu Komnas. (2024). *“Momentum Perubahan: Peluang Penguatan Sistem Penyikapan Di Tengah Peningkatan Kompleksitas Kekerasan Terhadap Perempuan*.
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Jisip)*, 7(2), 77–83. <https://doi.org/10.33366/Jisip.V7i2.1432>
- Dewanty, I. A. B. C., & Saryono, D. (2024). Verbal Violence Against Women On Tiktok: A Feminist Linguistic Study. *Litera*, 23(2), 247–260. <https://doi.org/10.21831/Ltr.V23i2.72475>
- Dewi, R., & Wahyuni, T. (2020). *Normalisasi Kekerasan Seksual di Media Sosial: Analisis Wacana pada Komentar Netizen*. *Jurnal Komunikasi dan Gender*, 8(2), 60–70.

- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). The Demographics Of Social Media Users — 2012 | Pew Research Center. In *Pew Ressearch Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/02/14/the-demographics-of-social-media-users-2012-2/>
- Evans, A., & Riley, S. (2014). *Technologies Of Sexiness*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199914760.001.0001>
- Eviana, D. (2020). *Wacana Sexual Harassment Dalam Komentar Ekspresi Seksual Perempuan Di Media Sosial (Studi Kasus Jonatan Christie (2018))*.
- Ferdina, V., Jacinda, I., & Jesica, N. (2019). Penegakkan Hukum Terhadap Pelecehan Seksual Melalui Teknologi Informasi (Cyber) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Panorama Hukum*, 4(2), 89–101.
- Fitria, N., & Setyawan, H. (2021). *Digital Male Gaze: Representasi Perempuan dan Objektivikasi di Media Sosial*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 19(2), 55–65.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 5(4), 1006–1013.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences And Mental Health Risks. *Psychology Of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Giddens, A. (1990). *The Consequence Of Modernity*. Stanford University Press.
- Gill, R. (2007). Postfeminist Media Culture. *European Journal Of Cultural Studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Handayani, D., & Kusuma, B. (2021). Representasi Perempuan Dalam Interaksi Digital: Studi Objektivikasi Pada Media Sosial. *Jurnal Sosiologi Digital*, 5(2), 130–145.
- Handayani, F. (2022). *Bahasa dan Kekerasan Simbolik dalam Komentar Seksual di Media Sosial*. *Jurnal Linguistik dan Gender*, 5(2), 70–80.
- Hapsarani, D. (2018). Objektivikasi Perempuan Dalam Tiga Dongeng Klasik Indonesia Dari Sanggar Tumpal: Sangkuriang, Jaka Tarub, Dan Si Leungli. *Paradigma, Jurnal Kajian Budaya*, 7(2), 124. <https://doi.org/10.17510/Paradigma.V7i2.168>
- Haryanti, I., Febrianta, Y., Nugroho, A., Guru, P., & Dasar, S. (2023). Analisis Kebutuhan Media Pembelajaran Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (Phbs) Berbasis Video Pada Pembelajaran 5 Untuk Kelas Ii Sekolah Dasar. *Jemani (Jurnal Pendidikan Jasmani)*, 7(01). <https://ejournal.stkipacitan.ac.id/ojs3/index.php/jemani/article/view/1040>

- Haryanto, A. T. (2018, March 12). *130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif Di Medsos*. Detik Net. <https://inet.detik.com/cyberlife/D-3912429/130-Juta-Orang-Indonesia-Tercatat-Aktif-Di-Medsos>
- Haryati. (2021). *Membaca Film (Memaknai Representasi Etos Kerja Dari Film Melalui Analisis Semiotika)*. Bintang Pustaka Madani.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Hidayat, R., & Lestari, M. (2021). *Verbal Sexualization di Dunia Digital: Analisis Komentar pada Konten Perempuan di TikTok*. *Jurnal Media dan Budaya Komunikasi*, 4(1), 40–50.
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 2022. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/culinaria/article/view/1284>
- Ibrahim, I. S. (2011). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape Dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*. Jalasutra.
- Idris, N. B., Nabila, M., & Sari, S. P. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Mencegah Perilaku Pelecehan Seksual Terhadap Wanita. *Jurnal Global Ilmiah*, 1(3), 162–166. <https://doi.org/10.55324/jgi.v1i3.23>
- Kollanyi, B., Sz., M., & Szekely, L. (2007). *Social Networks And Network Society* (Vol. 29). Leonardo Da Vinci.
- Kurniawan, B., & Astuti, P. (2022). Perempuan Dalam Budaya Digital: Representasi Dan Objektifikasi Di Media Sosial. *Jurnal Gender Dan Media*, 6(1), 70–85.
- Kusaini, U. N., Husna, N., Setiawati, Y., Alhamdika, Z., & Pratama, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Hubungan Dan Interaksi Antar Keluarga. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9265–9273. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11537>
- Kusuma, M. (2021). *Kekerasan Simbolik terhadap Perempuan di Ruang Digital: Perspektif Gender dalam Komunikasi Online*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 110–123.
- Larasati, D. (2023). *Objektifikasi Terselubung di Media Sosial: Analisis Komentar Seksual pada Konten Perempuan*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Siber*, 7(1), 84–92.
- Laskowska, M., & Marcyński, K. (2019). Media Ecology – (Un)Necessary Research Perspective In Communication And Media Studies. *Mediatization Studies*, 3, 53. <https://doi.org/10.17951/ms.2019.3.53-68>

- Lestari, P., & Ramadhani, M. (2022). Ekspektasi Gender Dan Representasi Perempuan Dalam Media Sosial. *Jurnal Studi Gender Dan Digital*, 5(1), 80–95.
- Mason, E. (2021). *Feminist Philosophy: An Introduction* (1st Ed.). Routledge.
- Maulana, Moch. R., Sudur, M., As'ari, A. F., Wilantara, R. A., Maulana, I., & Suparto, A. A. (2024). Digital Attendance Systems In Education: Enhancing Efficiency And Monitoring In The Digital Era. *Journal On Research And Review Of Educational Innovation*, 2(3), 147–154. <https://doi.org/10.47668/Jrrei.V2i3.1605>
- Mcluhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions Of Man*. Mcgraw Hill.
- Meisyaroh, S. (2014). Instant Messaging Dalam Perspektif Ekologi Media Dan Komunikasi. *Semiotika: Jurnal Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.30813/S:Jk.V8i1.961>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage.
- Mubyarto, M. M., & Sohibien, G. P. D. (2020). Determinan Daya Saing Sektor Manufaktur Unggulan Menuju Program Making Indonesia 4.0. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2019(1), 710–719. <https://doi.org/10.34123/Semnasoffstat.V2019i1.56>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/Buletinpsikologi.22759>
- Mulyana, H. (2022). *Simbol Kekerasan Gender di Media Digital: Analisis Narasi Seksual di Komentar Publik*. *Jurnal Gender dan Teknologi Komunikasi*, 9(2), 55–65.
- Munawaroh, M., & Agasi, E. E. K. (2022). Tindak Pidana Pelecehan Seksual Di Media Sosial Perspektif UU ITE. *Rechtenstudent*, 3(1), 56–66. <https://doi.org/10.35719/Rch.V3i1.101>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (1st Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, D. (2022). Anonimitas dan Perilaku Seksual di Dunia Maya: Studi tentang Pelecehan Verbal di TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 85–95.
- Novianti, L. (2023). *Relasi Kuasa dalam Kekerasan Berbasis Gender Online: Studi pada Perempuan Kreator Konten di TikTok*. *Jurnal Gender dan Teknologi*, 8(1), 60–69.
- Nugroho, A., & Haryanti, D. (2023). Objektivikasi Perempuan Dalam Budaya Digital: Studi Kasus Media Sosial Tiktok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(2), 55–70.

- Paradias, R., & Soponyono, E. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Korban Pelecehan Seksual. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.14710/jphi.v4i1.61-72>
- Pangestu, A., & Nurbayati, L. (2023). Pelecehan Seksual Terselubung di Media Sosial: Analisis Bahasa Kode dalam Komentar Netizen. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(1), 50–62.
- Pasaribu, A. L. (2023). Objektifikasi Dan Konstruksi Cantik Pada Tubuh Perempuan Dalam Akun Instagram @Ugmcantik Dan @Unpad.Geulis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(2), 158–178. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.796>
- Pescosolido, B. A. (2006). Of Pride And Prejudice: The Role Of Sociology And Social Networks In Integrating The Health Sciences. *Journal Of Health And Social Behavior*, 47(3), 189–208. <https://doi.org/10.1177/002214650604700301>
- Pohan, S., Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., & Nugraha, A. (2024). Terpaan Media Sosial Terhadap Kesadaran Mahasiswa Tentang Pelecehan Seksual Di Kota Medan. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 10(2), 83–90. <https://doi.org/10.37064/jki.v10i2.19514>
- Prasetya, B., & Wijaya, T. (2023). Bahasa Dan Objektifikasi: Analisis Komentar Media Sosial Dalam Budaya Digital. *Jurnal Media Dan Masyarakat*, 6(3), 100–115.
- Prasetyo, A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Konten Iklan Rabbani "Re-Aris3" Pada Instagram (Studi Pemaknaan Khalayak Terhadap Pesan Berpakaian Dan Pelecehan Seksual).
- Pratiwi, A., & Suryani, T. (2022). Objektifikasi Perempuan Dalam Budaya Digital: Studi Kasus Pada Media Sosial Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Gender*, 6(2), 112–128.
- Pratiwi, N. (2021). Objektifikasi Perempuan di Media Sosial: Analisis Komentar Seksual terhadap Kreator Konten Perempuan. *Jurnal Kajian Gender dan Media*, 7(2), 63–72.
- Purnama, M., Lorence, V., & Tarigan, Y. M. M. (2023). Verbal Sexual Abuse Pada Kolom Komentar Akun Media Sosial Tiktok @Kinderflix.Idn. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 246–261. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i2.10135>
- Putri, A. R. (2022). Fenomena Sexualized Comments sebagai Bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online di Instagram. *Jurnal Media dan Masyarakat Digital*, 6(2), 30–40.
- Putri, A. (2020). Remotivi. (Remotivi). Media Pedia. <https://www.remotivi.or.id/mediapedia/635/Badai-Serangan-Siber-Di-Tengah-Pandemi>

- Putri, A., & Santoso, D. (2023). Perubahan Gaya Bahasa Di Media Sosial: Perspektif Sociolinguistik. *Jurnal Linguistik Digital*, 15(2), 45–60.
- Putri, L. A., & Santoso, D. (2022). Remix Culture Dan Dinamika Bahasa Dalam Media Sosial: Studi Kasus Pada Komentar Tiktok. *Jurnal Studi Media Dan Komunikasi*, 5(1), 67–82.
- Putri, S. H., & Maharani, L. O. (2020). Fenomena Pornoteks Di Kolom Komentar Selebriti Instagram @Sarahvilo.Id Sebagai Masalah Sosial Pada Media Baru. *Artcomm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 3(1), 89–97. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v3i1.284>
- Rachman, D. (2022). Bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online di Indonesia: Studi pada Komentar Seksual di Tiktok. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 6(1), 35–48.
- Rahman, Y. (2020). *Masked Harassment: Strategi Bahasa dalam Pelecehan Seksual Terselubung di Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi dan Etika Digital*, 3(2), 80–90.
- Rahmawati, F., & Nugroho, R. (2020). Eufemisme Dan Sarkasme Dalam Interaksi Digital: Studi Linguistik Pada Komentar Media Sosial. *Jurnal Linguistik Digital*, 3(2), 120–134.
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Kelas Iv Sdn 1 Panjangrejo Kabupaten Bantul. *Pedagogos : Jurnal Pendidikan*, 3(2), 33–40. <https://doi.org/10.33627/gg.v3i2.497>
- Ramadhani, M. T., & Yusuf, A. (2022). Eufemisme Dan Sarkasme Dalam Wacana Digital: Analisis Pada Komentar Di Tiktok. *Jurnal Linguistik Digital Dan Sosial*, 7(1), 55–70.
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 13. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220102>
- Riyanto, A. D. (2019). Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2019. In *Hootsuite*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Rohmah, I. (2020). *Humor Seksual sebagai Bentuk Kekerasan Verbal di Dunia Digital*. *Jurnal Bahasa, Gender, dan Media*, 5(1), 73–82.
- Rohimah, A., & Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 99–118. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12010>
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(4), 717–723. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1451>

- Santoso, R., & Lestari, P. (2022). Bahasa Dan Seksualitas: Analisis Objektivikasi Perempuan Dalam Media Sosial. *Jurnal Linguistik Digital*, 5(2), 1–10.
- Saraswati, L. (2023). *Digital Sexual Remarks sebagai Bentuk Pelecehan Verbal di Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Media Online*, 7(2), 68–78.
- Sari, A. (2020). *Pelecehan Seksual Verbal dalam Media Digital: Studi Linguistik Forensik di Indonesia*. *Jurnal Bahasa dan Gender*, 4(1), 75–85.
- Sari, L., & Wijayanti, R. (2023). Objektivikasi Perempuan Di Media Sosial: Analisis Komentar Pengguna Tiktok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 45–60.
- Sari, M., & Putri, L. (2023). Tiktok Dan Konstruksi Identitas Perempuan Dalam Budaya Digital. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 8(3), 90–105.
- Setiawan, R., & Sari, A. D. (2021). Komunikasi Simbolik Dalam Budaya Digital: Studi Kasus Pada Interaksi Media Sosial Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Digital*, 4(2), 145–160.
- Simmel, G. (1955). *Conflict*. Free Press.
- Steven, S., & Pribadi, M. A. (2022). Ekologi Media Pada Generasi Z (Studi Kasus Penggunaan Instagram Mahasiswa Universitas Di Jakarta Barat). *Koneksi*, 6(1), 49. <https://doi.org/10.24912/Kn.V6i1.10674>
- Strate, L. (2005). A Media Ecology Review. *Communication Research Trends*, 23(2).
- Suharto, A. (2023). *Coded Words dan Humor Seksual dalam Praktik Kekerasan Berbasis Gender Online*. *Jurnal Kajian Sosial Media*, 7(1), 48–57.
- Sugiharto, S., Umar, A., Sasongko, A. H., & Aguzman, G. (2019). Pemanfaatan Pembayaran Online Bagi E-Commerce Usaha Kecil Dan Menengah. *Bbm (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 5(1), 77. <https://doi.org/10.47686/Bbm.V5i1.260>
- Sulaiman, H., Purnama, S., Holilulloh, A., Hidayati, L., & Saleh, N. H. (2020). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja: Pengasuhan Anak Lintas Budaya* (Cet.1). Remaja Rosdakarya.
- Sumartono, S., & Huda, N. (2020). Manajemen Pendidikan Di Indonesia Sebagai Implementasi Triple Helix Untuk Mempersiapkan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Andi Djemma | Jurnal Pendidikan*, 3(1), 74–79. <https://doi.org/10.35914/Jad.V3i1.340>
- Sumera, M. (2013). Perbuatan Kekerasan/Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan. *Lex Et Societatis*, 1(2), 39–49. <https://doi.org/10.35796/Les.V1i2.1748>
- Suryani, L. (2022). *Humor Seksual dan Normalisasi Objektivikasi Perempuan di Media Sosial*. *Jurnal Media dan Budaya Siber*, 9(1), 45–53.
- Susanto, R., & Wicaksono, B. (2023). Ironi Dan Ambiguitas Dalam Komentar Media Sosial: Studi Kasus Tiktok Di Indonesia. *Jurnal Media Dan Interaksi Digital*, 6(1), 112–126.

- Sutanto, D., & Wijaya, R. (2022). Anonimitas Dan Tanggung Jawab Digital: Studi Tentang Perilaku Komunikasi Di Media Sosial. *Jurnal Studi Media Dan Teknologi Digital*, 5(1), 55–70.
- Tang, Y. (2024). Analysis Of Big Data Push And Nash Equilibrium: A Case Study Of Live Commerce On Tiktok. *Shs Web Of Conferences*, 188, 03017. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418803017>
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan: Tinjauan Atas Teori Ekologi Media [Media Bringing Change: A Review Of Media Ecology Theory]. *Jurnal Lectura*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.19166/lectura.v1i1.8673>
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(04), 38–45. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>
- Utami, A. D. V., Nujiana, S., & Hidayat, D. (2021). Aplikasi Tik Tok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- White, H. C., Boorman, S. A., & Breiger, R. L. (1976). Social Structure From Multiple Networks. I. Blockmodels Of Roles And Positions. *American Journal Of Sociology*, 81(4), 730–780. <https://doi.org/10.1086/226141>
- Widuhung, S. M. (2024). Analisa Komentar Pornoteks Pada Akun Tiktok Kinderflix.Idn. *Komunikata* 57, 5(1), 65–73. <https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1270>
- Wijaya, S., & Setiawan, R. (2024). Pelecehan Seksual Melalui Aplikasi Tiktok. *Guiding World Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 7(1), 105–114.
- Wijayanti, A. (2023). *Konstruksi Sosial Mahasiswa Universitas Sriwijaya Terhadap Beauty Privilege*.
- Wijayanti, R. (2023). *Implicit Verbal Objectification dalam Kekerasan Berbasis Gender Online terhadap Influencer Perempuan di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Gender*, 8(2), 80–89.
- Winarsusnu, T. (2008). *Keselamatan Kerja*. Umm Press.
- Wulandari, N., & Herlambang, B. (2021). “Panggil Aku Daddy”: Bahasa Erotik dan Humor Seksual di Media Sosial. *Jurnal Linguistik dan Budaya Populer*, 4(1), 39–48.
- Yonatan, A. Z. (2024, February 29). *10 Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh Di Indonesia 2023, Tiktok Rajanya - Goodstats Data*. Goodstats. https://data.goodstats.id/statistic/10-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-2023-tiktok-rajanya-quliw#Google_Vignette
- Yuliani, N. (2021). *Playful Objectification: Strategi Bahasa Seksual dalam Komentar Media Sosial*. *Jurnal Linguistik dan Gender Online*, 8(1), 39–47.

- Yusuf, M., & Lestari, A. (2023). Normalisasi Pelecehan Seksual Dalam Media Digital: Analisis Wacana Pada Komentar Media Sosial. *Jurnal Gender Dan Komunikasi Digital*, 7(2), 102–118.
- Zengin, Y., Naktiyok, S., Kaygın, E., Kavak, O., & Topçuoğlu, E. (2021). An Investigation Upon Industry 4.0 And Society 5.0 Within The Context Of Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 13(5), 2682. <https://doi.org/10.3390/Su13052682>