

BAB V

KESIMPULAN

Terdorong oleh hasrat seksual, banyak orang mempertontonkan diri lewat media sosial untuk sekedar tampil atau untuk mendapatkan keuntungan finansial. Dengan kata lain, manusia menjadikan dirinya sebagai komoditas yang diumbar secara murahan di hadapan publik. Hasrat seks seseorang mengejawantah ke dalam bentuk-bentuk yang klise, superfisial, dan murahan melalui citra seksual: potret diri. Sejak awal potret diri itu sendiri sudah membawa hasrat seks yang dapat menjadi daya tarik untuk para penontonnya. Oleh karena itu, masyarakat berlomba-lomba untuk mempercantik diri dan melakukan ‘peningkatan kualitas penampilan’ dengan aneka ragam usaha untuk menjadi *goodlooking person*. Sayang, usaha menjadi *goodlooking* tersebut juga kerap kali terjebak pada dunia palsu (*pseudo-world*). Potret diri yang diumbar merupakan sebuah kepalsuan atas kenyataan, direduksi ke dalam citra yang tampil. Bahkan, untuk menjadi *goodlooking*, tidak jarang orang-orang menciptakan sebuah kepalsuan: melalui beragam fitur *editing* dan *filtering* yang ditawarkan oleh media sosial tertentu dengan tujuan menarik perhatian banyak orang.

Mendapatkan kesan *goodlooking* ini berkaitan dengan upaya penyatuan kelamin atau setidaknya tindakan yang mengarah pada penyatuan tersebut. Dapat dibayangkan ketika seseorang menampilkan potret dirinya, seketika mendapat beberapa *likes*, *comments*, dan *followers*, ia ‘seolah’ diberi pilihan orang-

orang yang menyukai dan yang dengan leluasa serta penuh kuasa ia berhak memilih orang mana yang paling cocok dengannya, berdasarkan kriteria tampilan fisik. Oleh karenanya, maksimalisasi penampilan ini juga berupa kekuasaan yang dapat menutupi aspek-aspek diri lainnya karena semua hal direduksi pada penampilan; aspek visual yang ditonjolkan. Potret diri (di mana ia membawa kualitas seksualitas) akhirnya menjadi semacam sarana untuk menggapai popularitas, untuk dikenali dan disenangi oleh banyak orang yang menontonnya. Tanpa sadar, pada saat yang sama, potret diri menjadi komodifikasi dan representasi diri sang penampil. Yang bersangkutan menjadikan dirinya objek tontonan.

Dari kacamata penonton, pada saat yang sama, potret diri sang penampil dikonsumsi di saat waktu luang (*leisure*) yang mereka miliki. Ini yang kemudian disebut sebagai fetisisme komoditas. Artinya, ia tidak berhenti mengonsumsi sesuatu di waktu luangnya, ia mengonsumsi bentuk-bentuk potret diri yang tampil ke permukaan. Tidak berhenti di situ, ia pun merasa perlu untuk meningkatkan kualitas penampilannya untuk dapat sejajar dengan apa yang ia tonton atau apa yang ia konsumsi. Akhirnya, ia juga mengonsumsi banyak produk-produk lainnya untuk menunjang penampilannya, seperti baju, tas, perhiasan, mobil, dan lain sebagainya. Semua hal dikerahkan untuk mencapai potret diri tersebut, menciptakan sebuah ilusi bahwa ia dapat memenangkan sang potret diri. Untuk menarik perhatian sang penampil dalam potret diri tersebut, lantas sang penonton juga kemudian menjadi penampil untuk menarik perhatian, ia menjual dirinya ke dalam potret diri lainnya. Akan tetapi, untuk menunjang itu semua, ia membutuhkan suatu alat yang dapat ditukar dengan apa yang ia butuhkan (baju, perhiasan, dan lain-lain) untuk

meningkatkan kualitas penampilannya, yaitu uang. Oleh karena ia menyadari bahwa untuk menjadi penampil yang menarik butuh modal tersebut, maka ia membutuhkan banyak uang. Itulah yang menggiring masyarakat tergila-gila dengan uang. Segala tindak-tanduknya ditujukan untuk mendapatkan uang. Sebetulnya, tanpa disadari semua hal yang telah disebutkan, pada dasarnya didorong oleh motivasi seksual, yaitu: hasrat dan daya tarik seksual.

Siklus kebiasaan seksualitas yang diumbar tersebut akhirnya hanya membentuk semacam gaya hidup dalam dunia baru yang diafirmasi atau diterima oleh siapa saja. Seolah-olah semua yang terjadi merupakan kenyataan yang riil di dalam *real-world*. Meskipun pada kenyataannya, mereka hanya terjebak pada *pseudo-world*, dengan *real-money*.

Penulis merasa tidak yakin apakah manusia dapat melepaskan diri dari gaya hidup semu serta dunia yang palsu tersebut karena hampir di setiap aspek kehidupan, berbagai produk seduktif terus-menerus membanjiri. Seolah kita ditarik paksa oleh sistem yang ada untuk tetap terjebak pada dunia konsumsi bahkan ketika kita sedang sibuk. Kini, nafas masyarakat tontonan dan gaya hidup seksualitas yang diumbar ini sudah masuk ke dalam rutinitas kerja kita. Misalnya, dengan adanya sekolah daring (*online*). Bukankah tidak sedikit dari kita untuk berusaha tampil ‘cantik’ dengan usaha yang tidak sedikit untuk mengatur sedemikian rupa latar belakang kita agar tetap tampak menarik. Keteraturan dan kelayakan yang kita coba tampilkan dalam layar *teleconference* tersebut sebetulnya juga didorong oleh hasrat dan keinginan untuk menjadi daya tarik seksual. Usaha menampilkan diri yang sesuai dengan imajinasi individu yang kerap kali tidak sesuai dengan kenyataan.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Utama:

Debord, Guy. *Comments on the Society of the Spectacle*. London: Verso, 1990.

—. *The Society of the Spectacle*. Canberra: Hobgoblin Press, 2002.

Referensi Penunjang:

Arivia, Gadis. *Filsafat Berperspektif Feminis*. Jakarta: YJP Press, 2018.

Baudrillard, Jean (terj. Ribut Wahyudi). *Berahi*. Yogyakarta: Narasi, 2017.

—. *For a Critique of the Political Economy of Sign*. New York: Telos Press, 1981.

—. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage, 1998.

—. *The System of Objects*. London: Verso, 2005.

Diamond, Jared (terj. Iqbal Suma). *Why is Sex Fun: Evolusi Seks Manusia*.

Manado: Globalindo, 2018.

Dorfles, Gillo. *Kitsch: An Anthology of Bad Taste*. London: Studio Vista, 1968.

Eco, Umberto. *The Open Work*. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

Feuerbach, Ludwig. *The Essence of Christianity*. New York: Prometheus Books, 1989.

Freud, Sigmund (terj. Apri Danarto). *Three Contributions to the Theory of Sex*.

Yogyakarta: Immortal Publishing dan Octopus, 2019.

Halwani, Raja. *Philosophy of Love, Sex, and Marriage*. New York: Routledge, 2010.

Hebdige, Dick. *Hiding in the Light*. London: Routledge, 2004.

—. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge, 2002.

Kant, Immanuel (terj. Peter Heath). *Lectures on Ethics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

Leahy, Louis. *Siapakah Manusia?* Yogyakarta: Kanisius, 2001.

Marx, Karl. *Capital Vol. I*. Moscow: Progress Publishers, 1887.

Nietzsche, Friedrich. *Lahirnya Tragedi*. Yogyakarta: Narasi, 2018.

Semiun, Yustinus. *Teori Kepribadian dan Terapi Psikoanalitik Freud*. Yogyakarta: Kanisius, 2006.

Simmel, Georg. *The Philosophy of Money*. New York: Routledge, 2004.

Soble, Alan. *The Structure of Love*. New Haven: Yale University Press, 1990.

Vatsyayana. *Kama Sutra*. Yogyakarta: Narasi, 2017.

Ewen, Stuart. "Marketing Dreams: The Political Elements of Style." In *Consumption, Identity, & Style*, by Alan Tomlinson, 29-39. London: Routledge, 2005.

Nagel, Thomas. "Sexual Perversion." In *The Philosophy of Sex*, by Alan Soble, 39-52. Maryland: Rowman & Littlefield, 2017.

Papadoki, Lina. "Sexual Objectification." In *The Philosophy of Sex*, by Alan Soble, 381-399. Maryland: Rowman & Littlefield, 2017.

Soble, Alan. "Sexual Use." In *The Philosophy of Sex*, by Alan Soble, 293-320.

Maryland: Rowman & Littlefield, 2017.

Soble, Alan, and Raja Halwani. "Introduction: The Analytic Categories of the Philosophy of Sex." In *The Philosophy of Sex*, by Alan Soble, 1-30.

Maryland: Rowman & Littlefield, 2017.

Tomlinson, Alan. "Introduction: Consumer Culture and the Aura of the Commodity." In *Consumption, Identity & Style*, by Alan Tomlinson, 1-28.

London: Routledge, 2005.

Jurnal:

Amir Piliang, Yasraf. "Budaya Teknologi di Indonesia: Kendala dan Peluang Masa Depan." *Jurnal Sositologi*, 2013: 247-262.

Tedjoworo, Hadrianus. "Fenomenologi Imaji dalam Seni: Sebuah Pergeseran Peran Subjek menuju Saksi." *Jurnal Melintas*, 2017: 130-156.

Tejo Bawono, Haryo. "Tatapan Medusa dan Okularsentrisme: Budaya Visual dan Persoalan Sinema Kontemporer." *Jurnal Melintas*, 2020: 67-97.

Sumber Lain (Website dan Forum Diskusi):

Hussey, Andrew. *Dead Bored: Debord's Death! | Issue 14 | Philosophy Now*. n.d.

https://philosophynow.org/issues/14/Dead_Bored_Debords_Dead (accessed May 20, 2021).

Jusuf, Randy. "2020 Year in Search Indonesia – Looking back to move your business forward." *Think with Google*. February 2020.

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/marketing-strategies/search/2020-year-in-search-indonesia-looking-back-to-move-your-business-forward/> (accessed May 27, 2021).

Maes, Hans. *Erotic Art (Stanford Encyclopedia of Philosophy)*. September 24, 2018. <https://plato.stanford.edu/entries/erotic-art/> (accessed June 7, 2021).

Nicholas, Tom. *Society of the Spectacle: WTF? Guy Debord, Situationism and the Spectacle Explained | Tom Nicholas - Youtube*. February 7, 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=RGJr08N-auM&t=361s> (accessed May 20, 2021).

Noble, McKinley. *UFC's Joe Rogan to Transgender MMA Fighter Fallon Fox: 'You're a F***ing Man' | BleacherReport*. March 19, 2013. <https://bleacherreport.com/articles/1573044-ufc-joe-rogan-to-transgender-mma-fighter-fallon-fox-youre-a-man> (accessed July 20, 2021).

Wattimena, Reza. *Kelas Isolasi #121: Erotica Philosophica - Tentang Ragam Paradoks Hasrat*. Diskusi Kelas Daring, Bandung: Kelas Isolasi, 2021. Diizinkan di: <https://www.youtube.com/watch?v=IPqygtq7Tqo&t=4167s>

LAMPIRAN

Gambar 1. Komentar *Netizen Twitter*. (Sumber: twitter.com)

Akun *Twitter*: Sudjiwotedjo. 28 Agustus 2018. (diakses pada 19 Juli 2021).

<https://twitter.com/sudjiwotedjo/status/1034338044466216965>

Akun *Twitter*: Sudahtugas. 28 Agustus 2018. (diakses pada 19 Juli 2021).

<https://twitter.com/sudahtugas/status/1034462742898401280>

Akun *Twitter*: GitaNatalia. 28 Agustus 2018. (diakses pada 19 Juli 2021).

<https://twitter.com/GitaNatalia/status/1034461253031288832>

Akun *Twitter*: Yuhanday. 28 Agustus 2018. (diakses pada 19 Juli 2021).

<https://twitter.com/yuhanday/status/1034454750161338368>

Akun *Twitter*: Soupepime. 27 Agustus 2018. (diakses pada 19 Juli 2021).

<https://twitter.com/soupepime/status/1033972828679196674>

Gambar 2. Selebrasi Jojo (Sumber: lifestyle.okezone.com)

Agregasi Solopos, Jurnalis;. *Lihat Jonatan Christie Buka Baju, Netizen Hamil Online Serentak*. 28 Agustus 2018.

[https://lifestyle.okezone.com/read/2018/08/27/196/1942174/lihat-](https://lifestyle.okezone.com/read/2018/08/27/196/1942174/lihat-jonatan-christie-buka-baju-netizen-hamil-online-serentak)

[jonatan-christie-buka-baju-netizen-hamil-online-serentak](https://lifestyle.okezone.com/read/2018/08/27/196/1942174/lihat-jonatan-christie-buka-baju-netizen-hamil-online-serentak) (diakses pada 19 Juli 2021).

Gambar 3. Grafik Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2020. (Sumber: databoks.katadata.co.id)

Statista. *Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia?* /

Databoks. 19 Februari 2020.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia#> (diakses pada 18 Juli 2021).

Gambar 4. Tahapan Psikoseksual. (Sumber: Yustinus Semiun, *Teori Kepribadian dan Terapi Psikoanalitik Freud*)

Semiun, Yustinus. *Teori Kepribadian dan Terapi Psikoanalitik Freud*.

Yogyakarta: Kanisius, 2006.

Gambar 5. Tren Tarian di Media Sosial (Sumber: tiktok.com)

Chikakiku. 28 November 2020. <https://vt.tiktok.com/ZGJSVhKLG/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Ananda Nathalie. 28 November 2020. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBrjES/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Julianadamh. 18 November 2020. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBAVuH/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Ajil Ditto. 17 November 2020. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBAucU/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Athalla Naufal. 1 Januari 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJS4sCcM/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Giggy-san. 8 Mei 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSkEkg/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Psyduckxs. 21 Mei 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBd9dH/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Jb Mendoza. 21 Mei 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSkTbg3/> (diakses pada 22 Juli 2021).

LJ Labordo. 13 Juli 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBjPXe/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Gabh De Leon. 22 Mei 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSk3vFF/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Dok Ome. 19 Mei 2021. <https://vt.tiktok.com/ZGJSBJugs/> (diakses pada 22 Juli 2021).

Video 1. Kanal YouTube Sintia Verianti. *Shimizu 30sec - YouTube*. 23 Juni 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=lxoLTIDOF3k> (diakses pada 20 Juni 2021).

