



Praktik Objektifikasi Seksual Tubuh Perempuan dalam Komentar Tiktok: Analisis Isi Interaksi Antar perempuan

Intan Puspita Sari¹✉, Anang Masduki²

^{1,2}Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

Korespondensi Email: 2200030015@webmail.uad.ac.id✉, anang.masduki@comm.uad.ac.id

Abstract:

The development of visual-based social media such as TikTok has created digital interaction spaces where responses to women's bodies frequently appear in the comment section. This study aims to analyze the practice of sexual objectification of women's bodies in TikTok comments among female users using Objectification Theory and the concept of the male gaze. This research employs a qualitative approach using qualitative content analysis of 60 comments written by female users on five TikTok videos uploaded during December 2025–February 2026. The findings show that objectification appears through direct focus on body parts, euphemistic expressions, imagined bodily intimacy, sexual humor, and compliments containing sexualization. Interactions among female users also reproduce internalized male gaze, which normalizes objectification within digital conversations.

Keywords: Sexual Objectification, TikTok, Social Media Comments, Internalized Male Gaze

Submitted	: 28 February 2026
Revised	: 03 March 2026
Acceptance	: 12 March 2026
Publish Online	: 13 March 2026

Pendahuluan

Perkembangan media sosial berbasis visual telah mengubah pola interaksi publik dalam masyarakat digital. Platform seperti TikTok tidak hanya menjadi ruang distribusi konten hiburan, tetapi juga arena produksi dan reproduksi makna melalui video serta komentar pengguna. Berdasarkan Digital 2025: *The essential guide to the global state of digital* yang dirilis oleh [We Are Social \(2025\)](#), jumlah pengguna TikTok di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 100 juta pengguna aktif bulanan. Mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–35 tahun, dengan proporsi pengguna perempuan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Tingginya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki daya jangkauan luas serta berperan signifikan dalam membentuk dinamika komunikasi digital.

Sebagai platform berbasis visual dan algoritmik, TikTok memungkinkan konten yang menampilkan tubuh memperoleh perhatian tinggi melalui mekanisme distribusi berbasis *engagement* ([Hamzah et al., 2025](#)). Dalam konteks ini, tubuh perempuan kerap menjadi fokus representasi visual yang memperoleh atensi besar. Kolom komentar kemudian menjadi ruang interaksi yang memperlihatkan bagaimana audiens memaknai, menilai, dan merespon representasi tubuh, melalui interaksi tersebut, berbagai bentuk penilaian

terhadap tubuh perempuan muncul dan berkembang dalam percakapan digital ([Pasaribu & Pramiyanti, 2023](#)).

Dalam kajian komunikasi dan gender, objektifikasi merujuk pada praktik memandang perempuan sebagai objek visual atau seksual, terlepas dari identitas dan agensinya sebagai subjek ([Rohim & Agusta, 2025](#)). Objektifikasi tidak selalu hadir dalam bentuk pelecehan eksplisit, tetapi dapat muncul melalui pujian, candaan, atau ekspresi kekaguman yang berfokus pada bagian tubuh tertentu ([Saadia, 2023](#)). Dalam budaya visual digital yang menekankan atensi dan viralitas, respons bernuansa seksual terhadap tubuh perempuan kerap dinormalisasi sebagai bagian dari interaksi sehari-hari di media sosial ([Lestari et al., 2025](#)). Persoalan menjadi lebih kompleks ketika praktik objektifikasi seksual tersebut tidak hanya berlangsung dalam relasi laki-laki terhadap perempuan, tetapi juga terjadi dalam interaksi antarperempuan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya reproduksi cara pandang yang sama terhadap tubuh perempuan dalam komunitas pengguna perempuan ([Han, 2023](#)).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji objektifikasi seksual di media sosial dari berbagai perspektif. Penelitian berjudul “Problem Objektifikasi Wanita di Media Sosial; Tinjauan Kritis Konsep Gender” oleh ([Maryam et al., 2024](#)) menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan di media sosial merupakan bentuk reproduksi budaya patriarki yang diperkuat oleh stereotip gender dan kapitalisasi tubuh. Penelitian lain berjudul “Fenomenologi Objektifikasi Seksual pada Wanita Pengguna TikTok dan Instagram” oleh ([Marietha et al., 2022](#)) menyoroti pengalaman perempuan yang mengalami objektifikasi seksual di TikTok dan Instagram serta dampak psikologis yang ditimbulkannya. Sementara itu, penelitian berjudul “Objektifikasi Tubuh Laki-Laki dalam Ekspresi Seksual Perempuan di Media Sosial” oleh ([Astari, 2022](#)) menemukan bahwa praktik objektifikasi juga dapat dilakukan oleh perempuan terhadap tubuh laki-laki melalui ekspresi sensual di media sosial.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya memposisikan perempuan sebagai korban objektifikasi seksual atau berfokus pada pengalaman subjektif pengguna media sosial. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti representasi visual dalam konten, sementara praktik objektifikasi yang muncul dalam interaksi komentar antarperempuan masih relatif jarang dikaji secara khusus. Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana objektifikasi seksual terhadap tubuh perempuan muncul dan direproduksi dalam interaksi antarperempuan di ruang komentar media sosial.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik objektifikasi seksual tubuh perempuan dalam komentar TikTok yang ditulis oleh sesama pengguna perempuan. Secara khusus penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mengenai bagaimana bentuk objektifikasi seksual tubuh perempuan yang muncul dalam komentar TikTok serta bagaimana interaksi antarperempuan dalam kolom komentar tersebut mereproduksi cara pandang objektifikatif terhadap tubuh perempuan. Dengan menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi bentukbentuk objektifikasi seksual serta kecenderungan reproduksi cara pandang gender dalam interaksi antarperempuan di ruang digital. Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan *Objectification Theory* dan konsep *male gaze* dalam konteks interaksi horizontal antarperempuan. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penguatan literasi digital dan kesadaran gender terhadap normalisasi komentar bernuansa seksual di media sosial.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) untuk mengkaji praktik objektifikasi seksual dalam

komentar pada platform TikTok. Metode analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam teks komentar secara sistematis ([Sumarno, 2020](#)).

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan *Objectification Theory* yang dikemukakan oleh [Fredrickson dan Roberts \(1997\)](#). Objektifikasi terjadi ketika tubuh atau bagian tubuh tertentu dipisahkan dari identitas individu dan direduksi menjadi objek konsumsi visual ([Bernard et al., 2020](#)). Dalam konteks media, bentuk yang paling relevan adalah *sexual objectification*, yaitu praktik yang memusatkan perhatian pada bagian tubuh dengan konotasi seksual sehingga individu dinilai terutama melalui daya tarik fisiknya ([Papageorgiou et al., 2022](#)).

Konsep tersebut berkaitan dengan male gaze yang diperkenalkan oleh Laura Mulvey. Konsep ini menjelaskan bahwa representasi perempuan dalam media sering dibangun melalui perspektif maskulin yang memposisikan perempuan sebagai objek tatapan visual ([Kinasih & Melda, 2023](#)). Dalam konteks media digital, perspektif tersebut tidak hanya hadir dalam representasi visual, tetapi juga direproduksi melalui bahasa dalam komentar pengguna ([YimingTang et al., 2024](#)). Fenomena ini kemudian berkembang menjadi *internalized male gaze*, yaitu kondisi ketika perempuan mengadopsi perspektif yang sama dalam menilai tubuh perempuan lain ([Nikita & Priadi, 2026](#)).

Data penelitian merupakan data primer berupa komentar pengguna pada satu akun TikTok kreator perempuan yang memiliki 251,9 ribu pengikut dengan total 44 juta likes. Akun tersebut dipilih secara *purposive* karena memiliki tingkat *engagement* tinggi serta secara konsisten mengunggah konten transisi *make-up* yang menampilkan wajah dan tubuh perempuan sebagai fokus visual. Pengumpulan data dilakukan pada lima video yang diunggah dalam rentang Desember 2025 hingga Februari 2026 dengan jumlah penayangan masing-masing di atas satu juta.

Pemilihan komentar dilakukan menggunakan teknik *criterion-based purposive sampling* ([Firmansyah & Dede, 2022](#)). Kriteria yang digunakan meliputi: (1) komentar ditulis oleh pengguna yang diidentifikasi sebagai perempuan melalui nama akun, foto profil, atau pengguna bahasa dalam komentar, (2) komentar mengandung rujukan terhadap tubuh atau bagian tubuh perempuan, (3) komentar memuat unsur seksualisasi, baik secara eksplisit maupun implisit melalui humor dan candaan, (4) bukan komentar dari pemilik akun maupun spam.

Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh 60 komentar yang memenuhi kriteria dan dijadikan sebagai unit analisis. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai model analisis interaktif Miles dan Huberman ([Qomaruddin & Halimah, 2024](#)). Kategori objektifikasi disusun melalui proses *open coding* dengan mengidentifikasi pola bahasa yang berulang dalam komentar ([Lungu, 2022](#)). Selanjutnya, komentar dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan kesamaan makna yang menunjukkan bentuk objektifikasi seksual terhadap tubuh perempuan.

Untuk menjaga kredibilitas analisis, peneliti melakukan pembacaan berulang terhadap data, proses kategorisasi bertahap, serta diskusi interpretasi dengan rekan sejawat guna meminimalkan bias penafsiran dan memastikan konsistensi hasil analisis.

Hasil Penelitian

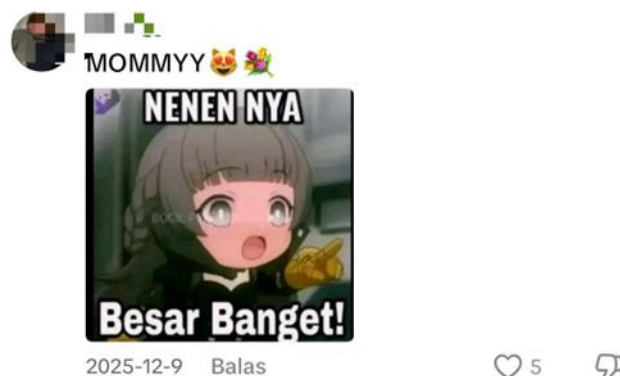
Penelitian ini menganalisis komentar pengguna pada satu akun TikTok kreator perempuan yang dipilih secara *purposif* karena memiliki tingkat *engagement* tinggi serta konsisten mengunggah konten transisi *make-up* dengan wajah dan tubuh perempuan sebagai fokus visual. Pengumpulan data dilakukan terhadap lima video yang diunggah dalam rentang Desember 2025 hingga Februari 2026. Komentar yang dianalisis

merupakan data primer dan dipilih menggunakan *criterion-based purposive sampling* dengan empat kriteria utama, yaitu ditulis oleh pengguna beridentitas perempuan, mengandung rujukan pada tubuh atau bagian tubuh perempuan, memuat unsur seksualisasi secara eksplisit maupun implisit.

Berdasarkan proses reduksi data dan pembacaan berulang, temuan penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam dua fokus besar. Fokus pertama berkaitan dengan bentuk objektifikasi seksual yang muncul dalam komentar, dan fokus kedua berkaitan dengan pola interaksi antarperempuan yang memperlihatkan reproduksi *internalized male gaze* serta normalisasi objektifikasi dalam ruang komentar. Pengelompokan tersebut sejalan dengan metode analisis isi kualitatif yang bertujuan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan makna teks komentar secara sistematis.

Bentuk Objektifikasi Seksual Tubuh Perempuan dalam Komentar TikTok

Hasil analisis menunjukkan bahwa objektifikasi seksual dalam komentar TikTok muncul dalam beberapa pola bahasa yang berulang. Temuan utama memperlihatkan adanya objektifikasi langsung pada bagian tubuh, objektifikasi melalui eufemisme, fantasi kedekatan tubuh, humor seksual, dan pujian yang terselubung seksualisasi. Variasi tersebut menandakan bahwa tubuh perempuan tidak hanya menjadi pusat perhatian visual, tetapi juga menjadi pusat respons verbal di kolom komentar. Hasil penelitian pertama memperlihatkan bahwa komentar pengguna secara langsung menempatkan bagian tubuh tertentu sebagai fokus respons. Pola ini tampak dari komentar yang secara eksplisit menunjuk area dada atau payudara sebagai pusat perhatian.



Gambar 1. Contoh objektifikasi langsung pada bagian tubuh perempuan dalam kolom komentar TikTok.

Temuan tersebut menunjukkan bentuk objektifikasi yang paling terbuka. Tubuh kreator tidak lagi dipahami sebagai bagian dari identitas utuh, melainkan dipisahkan menjadi objek visual yang dapat diamati dan dinilai. Perhatian pengguna tidak tertuju pada isi video, teknik *make-up*, atau performa kreator, tetapi langsung diarahkan pada bagian tubuh yang dianggap menonjol. Temuan berikutnya memperlihatkan bahwa objektifikasi tidak selalu hadir secara vulgar. Sejumlah komentar menggunakan istilah pengganti yang tampak ringan, tetapi secara implisit tetap merujuk pada bagian tubuh perempuan.



Gambar 2. Contoh objektifikasi melalui eufemisme dalam kolom komentar TikTok.

Temuan gambar 2 penggunaan eufemisme menunjukkan bahwa seksualisasi dapat bekerja secara halus dan tersamar. Bahasa yang seolah netral atau lucu tetap mengarahkan perhatian pembaca pada tubuh perempuan. Strategi semacam ini membuat objektifikasi lebih mudah diterima karena dibungkus dalam bentuk yang tampak santai dan tidak agresif. Makna objektifikatifnya tetap ada, meskipun tidak diucapkan secara langsung. Temuan lain menunjukkan bahwa komentar tidak berhenti pada pengamatan visual, tetapi juga bergerak menuju ekspresi hasrat simbolik. Tubuh kreator diposisikan sebagai sesuatu yang ingin didekati, dinikmati, atau diakses secara imajinatif oleh pengguna.



Gambar 3. Contoh komentar yang mengekspresikan fantasi kedekatan tubuh terhadap kreator perempuan.

Temuan gambar 3 menandakan bahwa tubuh perempuan tidak hanya dijadikan objek tatapan, tetapi juga objek hasrat. Ruang komentar menjadi tempat artikulasi keinginan yang dibungkus dalam bahasa santai dan akrab. Bentuk ini memperlihatkan bahwa objektifikasi seksual dalam interaksi digital dapat bergerak dari sekadar penilaian visual menuju pengimajinasian akses terhadap tubuh perempuan. Selain tiga bentuk yang paling jelas secara visual, data juga menunjukkan objektifikasi dalam bentuk humor seksual. Komentar bernuansa seksual disampaikan melalui hiperbola, bahasa gaul, dan ekspresi yang dibuat seolah lucu. Humor berfungsi sebagai mekanisme pelonggar makna karena perhatian pada tubuh perempuan dibingkai sebagai candaan yang dapat ditertawakan bersama. Data juga memperlihatkan pujian yang terselubung seksualisasi. Komentar yang tampak memuji kecantikan atau daya tarik kreator pada akhirnya tetap berpusat pada sensualitas tubuh.

Interaksi Antarperempuan dan Reproduksi *Internalized Male Gaze*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa objektifikasi seksual pada kolom komentar TikTok tidak muncul sebagai ekspresi individual yang berdiri sendiri. Komentar yang menyoroti tubuh kerap diikuti komentar lain dengan arah yang sama. Pengulangan fokus, balasan yang menguatkan, penggunaan bahasa gaul, ekspresi hiperbolik, serta gambar reaksi menunjukkan bahwa perhatian terhadap tubuh perempuan menjadi titik temu dalam percakapan antarpengguna perempuan. Temuan awal pada subbab ini menunjukkan adanya komentar yang tidak hanya menyoroti tubuh, tetapi juga menguatkan perhatian tersebut melalui respons lanjutan. Interaksi antarpengguna membentuk pola pengulangan yang memperlihatkan bahwa tubuh perempuan menjadi pusat pembicaraan kolektif, seperti gambar berikut.



Gambar 4. Contoh penguatan antarkomentar yang berulang menyoroti bagian tubuh perempuan.

Data gambar 4 tersebut menunjukkan bahwa objektifikasi memperoleh legitimasi melalui respons bersama. Tubuh perempuan tidak hanya menjadi objek komentar satu pengguna, tetapi diproduksi ulang sebagai objek diskusi oleh pengguna lain. Hal ini menandakan bahwa komentar objektifikatif bekerja sebagai praktik interaksional, bukan hanya ekspresi individual. Temuan lain memperlihatkan bahwa penguatan tersebut sering dibungkus dalam bentuk humor. Bahasa santai, plesetan, dan ekspresi yang tampak lucu membuat fokus pada tubuh perempuan terasa biasa dan mudah diterima dalam percakapan.



Gambar 5. Contoh humor komentar yang menormalisasi fokus pada tubuh perempuan.

Pada gambar 5 menunjukkan humor dalam interaksi antarperempuan memperlihatkan bahwa objektifikasi dapat direproduksi tanpa nada yang tampak menyerang. Komentar yang terdengar ringan justru mempermudah pergeseran perhatian ke tubuh perempuan. Situasi ini menunjukkan bahwa objektifikasi tidak selalu hadir melalui ujaran vulgar, tetapi juga melalui komunikasi yang tampak akrab dan menyenangkan. Temuan berikutnya memperlihatkan adanya balasan yang mengulang komentar sebelumnya, sehingga fokus pada tubuh perempuan menjadi semakin kuat dan berlapis dalam percakapan.



Gambar 6. Contoh pengulangan fokus tubuh dalam interaksi antarpengguna perempuan.

Pada gambar 6, kehadiran balasan yang berulang mempertegas bahwa objektifikasi bukan sekadar produk satu komentar tunggal. Objektifikasi diproduksi, dibagikan, dan diperkuat bersama dalam ruang komentar. Pola semacam ini dapat dibaca melalui konsep *internalized male gaze*. Perempuan pengguna tidak hanya menjadi pihak yang mengalami

tatapan objektifikatif, tetapi juga dapat mengadopsi perspektif yang menilai perempuan lain terutama melalui tubuhnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, objektifikasi seksual dalam komentar TikTok menunjukkan bahwa tubuh perempuan diperlakukan sebagai pusat perhatian utama, bukan sebagai bagian dari identitas utuh kreator. Hal itu tampak pada komentar yang secara langsung menyoroti bagian tubuh tertentu misalnya “*MOMMYYY ... NENEN NYA Besar Banget!*”, sehingga perhatian pengguna bergeser dari isi video menuju tubuh yang dianggap menonjol. Pola tersebut menegaskan bahwa tubuh kreator direduksi menjadi objek visual dan verbal yang dapat diamati, dinilai, serta dijadikan sumber atensi utama. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh [Maryam et al. \(2024\)](#) yang menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang reproduksi objektifikasi perempuan melalui penguatan stereotip gender.

Bentuk objektifikasi dalam data ini juga tidak selalu tampil secara vulgar, tetapi hadir melalui bahasa yang lebih halus, santai, dan mudah dinormalisasi. Penggunaan eufemisme dan fantasi kedekatan tubuh dalam hasil penelitian memperlihatkan bahwa seksualisasi dapat bekerja secara tersamar, tetapi tetap mengarahkan perhatian pembaca pada tubuh perempuan. Perempuan pada akhirnya dibaca melalui sensualitas yang dilekatkan pada tubuhnya, bukan melalui personalitas atau pesan yang dibangun dalam konten. Temuan tersebut relevan dengan [Saadia, \(2023\)](#), yang menunjukkan bahwa objektifikasi di media dapat muncul melalui pujian, candaan, dan ekspresi kekaguman yang tetap berpusat pada tubuh perempuan.

Interaksi antarperempuan dalam kolom komentar memperlihatkan bahwa objektifikasi tidak berhenti pada satu komentar tunggal, tetapi diperkuat melalui respons lanjutan yang bergerak ke arah yang sama. Balasan seperti pada gambar 4 dan humor yang terdengar ringan seperti gambar 5 menunjukkan bahwa fokus pada tubuh perempuan dapat diproduksi ulang secara kolektif hingga terasa wajar dalam percakapan. Situasi ini memperlihatkan bahwa objektifikasi bekerja sebagai praktik interaksional, bukan hanya ekspresi individual, karena pengguna lain ikut mengafirmasi dan memperluas fokus pada tubuh. Hasil tersebut sejalan dengan [Han \(2023\)](#) yang menegaskan bahwa logika *male gaze* tetap hidup dalam media digital melalui cara tubuh perempuan terus dijadikan pusat perhatian publik.

Posisi tubuh perempuan sebagai titik temu percakapan tampak semakin jelas ketika komentar lain kembali mengulang fokus yang sama misalnya pada gambar 6, sehingga tubuh perempuan menjadi pusat pembicaraan yang berlapis dan berulang. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa relasi antarperempuan di ruang digital tidak otomatis bebas dari cara pandang patriarkal, sebab perempuan juga dapat mereproduksi penilaian terhadap perempuan lain melalui tubuhnya. Pola ini memperluas temuan terdahulu dari [Astari \(2022\)](#) yang menunjukkan bahwa objektifikasi dalam media digital dapat berlangsung lintas relasi gender, sekaligus selaras dengan [Möri et al. \(2022\)](#) yang menjelaskan bahwa media sosial berperan dalam internalisasi standar tubuh dan pembentukan ukuran daya tarik tertentu. Pemaknaan tersebut menegaskan bahwa objektifikasi seksual dalam komentar TikTok antarperempuan bekerja melalui pengulangan bahasa, respons kolektif, dan normalisasi tubuh perempuan sebagai objek perhatian.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik objektifikasi seksual terhadap tubuh perempuan dalam komentar TikTok tidak hanya muncul melalui representasi visual dalam konten, tetapi juga direproduksi melalui interaksi bahasa antar pengguna. Hasil

analisis menemukan beberapa pola objektifikasi yang muncul dalam komentar pengguna perempuan, yaitu objektifikasi langsung pada bagian tubuh, penggunaan eufemisme yang merujuk pada tubuh perempuan, fantasi kedekatan tubuh, humor bernuansa seksual, serta pujian yang terselubung seksualisasi. Pola-pola tersebut menunjukkan bahwa tubuh perempuan kerap direduksi menjadi pusat perhatian dalam percakapan digital. Selain itu, interaksi antarperempuan dalam kolom komentar memperlihatkan adanya penguatan dan pengulangan fokus pada tubuh perempuan yang menandakan reproduksi internalized male gaze. Temuan ini menunjukkan bahwa objektifikasi seksual dalam media sosial tidak hanya diproduksi melalui konten visual, tetapi juga melalui praktik komunikasi pengguna yang secara kolektif menormalisasi tubuh perempuan sebagai objek perhatian dalam ruang digital.

Daftar Pustaka

- Ayang Astari. (2022). Objektifikasi Tubuh Laki-Laki dalam Ekspresi Seksual Perempuan di Media Sosial. *Jurnal Studi Masyarakat Dan Pendidikan*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.29408/sosedu.v6i1.7044>
- Bernard, P., Cogoni, C., & Carnaghi, A. (2020). The Sexualization–Objectification Link: Sexualization Affects the Way People See and Feel Toward Others. *Current Directions In Psychological Science*, 29(2), 134–139. <https://doi.org/10.1177/0963721419898187>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Hamzah, S. K. A., Aziz, A. A., & Mohamed, S. (2025). Behavioural Influence of TikTok's Algorithm Recommendations on Users' Engagement and Users' Self Persuasion. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 9(1), 144–162. <https://doi.org/10.24191/ejssh.v9i1.5637>
- Kinasih, R. A. S., & Melda Wiayanti Okta. (2023). Male Gaze dalam Film The Punishment 2021: Objektifikasi Terhadap Tubuh Perempuan. *Prosiding Seminar Nasional Sasindo*, 4(1). <https://doi.org/10.32493/sns.v4i1.36676>
- L.Fredickson, B., & Tomi-Ann Roberts. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.14716402.1997.tb00108.x>
- Lestari, N. M. P., Erviantono, T., & Noak, P. A. (2025). Komodifikasi Tubuh Perempuan Sebagai Konten Pemasaran dalam Ruang Media Sosial Tiktok. *Indonesian Journal of Public Administration*, 2(4), 1–10. <https://doi.org/10.47134/par.v2i4.4402>
- Lungu, M. (2022). The Coding Manual for Qualitative Researchers. *American Journal of Qualitative Research*, 6(1), 232–237. <https://doi.org/10.29333/ajqr/12085>
- Marietha, A. R., Najwarani, D., Almuttaqin, F. P., Novianti, F. E., Sihotang, J., & Wulan, R. R. (2022). Fenomenologi Objektifikasi Seksual pada Wanita Pengguna TikTok dan Instagram. *PRecious: Public Relations Journal*, 2(1), 65–81. <https://dx.doi.org/10.24246/precious.v2i1.5469>
- Maryam, A., Siregar, E. F., Armiya, & Taufiq, M. (2024). Problem Objektifikasi Wanita di Media Sosial: Tinjauan Kritis Konsep Gender: The Problem of Objectification of Women in Social Media: A Critical Review of the Concept of Gender. *Journal of Islamic and Occidental Studies*, 2(2), 236–250. <https://doi.org/10.21111/jios.v2i2.44>
- Nikita, & Ananda Dias Priadi. (2026). Analisis Interseksional Kecantikan Perempuan Indonesia Melalui Diskriminasi Warna Kulit TikTok. *Jurnal Ilmiah Kajian Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30996/sintesa.v5i01>

- Papageorgiou, A., Fisher, C., & Donna Cross. (2022). "Why don't I look like her?" How adolescent girls view social media and its connection to body image. *BMC Women's Health*, 22(261). <https://doi.org/10.1186/s12905-022-01845-4>
- Pasaribu, A. L., & Ailia Pramiyanti. (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>
- Qomaruddin, & Halimah Sa'diyah. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rohim, D. N., & Rivga Agusta. (2025). Objektifikasi Perempuan Di Media Sosial Pada Akun @bidadarimikomyk Melalui Perspektif Nussbaum. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 220–232. <http://dx.doi.org/>
- Saadia Anwar Pasha. (2023). Reviewing the Women Objectification in Media and its Impacts. *Human Nature Journal of Social Sciences*, 14(1), 576–585. <https://doi.org/10.71016/hnjss/38hxqh44>
- Sumarno. (2020). Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa dan Sastra. *Jurnal Elsa*, 18(2).
- We Are Social. (2025). *Digital 2025: The Essential Guide to the Global State of Digital*. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-theessential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Yangtianyue Han. (2023). The Male Gaze and Its Impact on Women's Public Living Space. *Communications in Humanities Research*, 5, 145–150. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/5/20230148>
- YimingTang, Xu, M., Tan, Z., & Liu, Y. (2024). The Impact of Social Network Use On Adolescent Depression: The Chain Mediation Between Self-Objectification and Body satisfaction. *Front. Psychol*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1347858>