

Metafora Seksualitas dalam Kolom Komentar Instagram: Analisis Metafora Kritis

Wilda Khairani¹, Arie Andhiko Aji²

^{1,2} Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Email: ¹wildakhairani97@gmail.com, ²immershend7@gmail.com

Article Info

Article history:

Submitted Nov 30, 2021

Revised Dec 16, 2021

Accepted March 07, 2022

Published April 18, 2022

Keywords:

Sexual metaphor

Social media

Critical Metaphor Analysis

Verbal Sexual Harassment

ABSTRACT

Metaphors are generally used as a way to construct a concept in a human's mind by using another concept that is easier to understand. However, the metaphor of sexuality tends to disguise or cover one concept with another. This phenomenon is frequently found in the comment section of female influencers' Instagram, especially those who represent themselves with body exposure. This research combined the semantic and pragmatic perspectives in critical metaphor analysis and implemented qualitative methods. The research questions are (1) how is the conceptual mapping between the source and target domain of sexuality metaphors, (2) what types of metaphors are found, and (3) how are language attitudes and social elements that trigger the production of metaphors. This research was conducted to be able to contribute to sexual issues from a linguistics perspective. The results showed that the metaphor of sexuality mostly refers to the female organs. Most metaphors are used to refer to breasts as inanimate objects, while male sex organs, male thoughts, and male views as animate objects. This shows that sexual objectification is one of the attitudes that triggers the metaphor of sexuality. The types of metaphors found are structural, orientational, ontological, non-ontological, and metonymy-based metaphors.

Corresponding Author:

Wilda Khairani,

Master Program of Linguistics

Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Email: wildakhairani97@gmail.com

PENDAHULUAN

Metafora pada umumnya dipandang sebagai bahasa figuratif yang digunakan dalam karya sastra dan puisi untuk menambah nilai estetika bahasa. Namun, dalam teori metafora konseptual, metafora merupakan bentuk bahasa yang meresap ke dalam kehidupan sehari-hari, bahkan terpatrit dalam pikiran dan tindakan manusia (Lakoff & Johnson, 1980). Istilah "konseptual" dalam teori tersebut menunjukkan bahwa metafora bukan hanya persoalan bahasa, tetapi juga menjadi bagian fundamental dari sistem konseptual otak manusia. Sistem konseptual menentukan cara manusia memandang, memahami, dan menghadapi dunia. Oleh karena itu, metafora berperan penting dalam menentukan pemahaman terhadap suatu konsep yang dilakukan dengan mengkonseptualisasikan satu ranah ke ranah lain. Misalnya, dalam kalimat "Ia menyerang setiap titik lemah pada argumen saya", konsep argumen dipahami melalui konsep perang. Argumen dan perang memiliki berbagai persamaan, seperti melibatkan pihak yang kalah dan menang, memerlukan strategi untuk menang, dan sebagainya. Metafora tersebut secara tidak langsung membentuk konsep argumen dalam pikiran manusia.

Namun, metafora tidak selalu merupakan cara manusia memperjelas atau memahami suatu konsep. Dalam konteks-konteks tertentu, metafora digunakan untuk menyamarkan atau menyembunyikan suatu konsep di balik konsep lain. Fenomena tersebut dapat ditemukan dalam metafora seksualitas. Contohnya, jika kalimat “Maksud hati ingin memegang gunung, eh memeluk gunung” ditemukan dalam kolom komentar unggahan Instagram seorang perempuan, maksud penutur tidak secara harfiah ingin memeluk area geografis dengan ketinggian sekian ribu kaki. Jika perempuan dalam unggahan memperlihatkan bagian dada yang cukup terbuka, kata gunung dalam kalimat tersebut dapat diartikan sebagai payudara sehingga termasuk metafora.

Dari beberapa contoh yang telah disebutkan, interpretasi metafora seksualitas terlihat tidak hanya melibatkan aspek kognitif, tetapi juga konteks sehingga perlu diperhatikan dari perspektif pragmatik pula. Charteris-Black (2004) memperkenalkan teori analisis metafora kritis, yaitu pendekatan yang memperhatikan metafora dari segi semantik dan pragmatik dalam suatu wacana. Analisis metafora kritis tepat digunakan untuk mempelajari metafora yang merupakan hasil isu sosial yang berkembang dalam suatu masyarakat.

Salah satu isu sosial seputar seksualitas yang terus ramai dibicarakan adalah pelecehan seksual. Komnas Perempuan (2021) melaporkan bahwa kekerasan terhadap perempuan berbasis siber sebanyak 241 kasus pada tahun 2019 melonjak menjadi 940 kasus pada tahun 2020. Pandemi Covid-19 merupakan salah satu penyebab lonjakan angka tersebut karena minat penggunaan media sosial semakin tinggi. Barak (2005, dalam Schenk 2008) menjabarkan empat macam pelecehan seksual yang sering terjadi di internet: verbal aktif, verbal pasif, gender grafis aktif, dan gender grafis pasif. Komentar bertendensi seksual di Instagram dapat dimasukkan ke dalam pelecehan seksual verbal aktif dan pasif.

Di Instagram, terdapat sebuah fenomena bernama *influencer* ‘pemengaruh’, yaitu sesosok bintang, dapat berasal dari kalangan biasa atau dunia hiburan, yang memiliki jumlah pengikut tinggi dan daya pengaruh kuat terhadap pengikut mereka (Lou & Yuan, 2019). Setiap pemengaruh memiliki cara tersendiri untuk menarik banyak orang agar mau mengikuti akun mereka. Pemengaruh seperti Berliana Lovel (@berlliana.lovell) memanfaatkan eksposur tubuh sehingga terkesan mengundang komentar-komentar bertendensi seksual. Unggahan-unggahannya memperlihatkan penampilan yang terbuka dan pose memperjelas lekuk tubuh. Namun, terdapat jenis pemengaruh lain seperti Anya Geraldine (@anyageraldine) dan Marion Jola (@lamarionmj) yang dikenal tidak hanya menonjolkan citra sebagai pemengaruh berpenampilan seksi, tetapi juga sebagai publik figur di dunia hiburan. Meskipun begitu, kolom komentar unggahan ketiga perempuan tersebut sama-sama didominasi komentar seputar bentuk tubuh dan gairah seks sehingga akan menarik untuk memperhatikan metafora seksualitas bersifat melecehkan pada unggahan mereka.

Sejauh ini, metafora yang berhubungan dengan seksualitas lebih banyak diperhatikan yang terdapat dalam karya sastra, di antaranya adalah Hadiansyah (2017) dan Nurnaningsih (2018) yang mengkaji metafora dalam karya sastra klasik, kemudian Karolina (2019) yang melihat metafora dalam karya sastra modern. Ketiga penelitian tersebut juga hanya menggunakan teori metafora konseptual tanpa menggabungkan pragmatik. Selanjutnya, isu pelecehan seksual sejauh ini hanya dieksplorasi dari sisi analisis wacana kritis. Evayani & Rido (2019) dan Risdaneva (2018) memperhatikan cara media merepresentasikan aktor dalam kasus kekerasan seksual. Isu pelecehan seksual di media sosial menggunakan teori analisis wacana dan linguistik komputasi pernah dikaji oleh Hardaker & McGlashan (2015). Terdapat dua penelitian yang menggunakan teori analisis metafora kritis dan memiliki persamaan dengan penelitian ini, yaitu López Maestre (2015) yang memperhatikan metafora seksualitas terhadap bentuk metaforis laki-laki sebagai mangsa dan perempuan sebagai pemangsa serta Rofiq (2020) yang

memperhatikan penggunaan metafora dua ustaz di YouTube. Hardiyanti (2019) merupakan peneli yang juga memperhatikan metafora terkait gender di Instagram seperti penelitian ini.

Penelitian-penelitian terdahulu belum dapat menjawab berbagai pertanyaan seputar ujaran pelecehan dalam kolom komentar Instagram. Metafora seksualitas lebih banyak diperhatikan yang ditemukan dalam karya sastra dan hanya dari sisi linguistik kognitif. Penelitian ini dilakukan untuk menutupi kerumpangan tersebut dan melihat apakah hasil yang ditemukan sejalan dengan López Maestre (2015) dan Hardiyanti (2019) yang juga mengkaji metafora seksualitas dan gender.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah penggunaan metafora seksualitas dalam kolom komentar Instagram dengan tiga pertanyaan: (1) bagaimana pemetaan konseptual antara ranah sumber dan ranah sasaran metafora seksualitas di komentar Instagram perempuan, (2) apa jenis-jenis metafora yang ditemukan, dan (3) bagaimana sikap bahasa dan unsur sosial yang memicu produksi metafora. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan metafora seksualitas bersifat melecehkan di media sosial dari proses pemetaan konseptual, jenis metafora, dan sikap bahasa serta unsur sosial di balik metafora. Analisis dalam penelitian ini dapat memperjelas maksud pengguna metafora di Instagram dan diharapkan dapat membantu menentukan parameter komentar seksualitas yang berpotensi menjadi kasus pelecehan.

TEORI DAN METODOLOGI

Teori metafora konseptual Lakoff & Johnson (1980) dalam semantik kognitif menjelaskan bahwa metafora merupakan sistem pemahaman dari ranah sumber ke ranah sasaran. Lakoff (1993) memberi contoh pada ekspresi “hubungan kita telah mencapai jalan buntu”, ranah sumber perjalanan dipetakan atau dikonseptualisasikan ke ranah sasaran cinta. Pasangan dalam hubungan percintaan disamakan seperti dua pelancong dalam sebuah kendaraan yang sedang menghadapi berbagai halangan di perjalanan untuk mencapai suatu destinasi. Oleh karena itu, pemetaan konseptual metafora tersebut berupa CINTA ADALAH SEBUAH PERJALANAN. Pemetaan konseptual dilabeli dengan RANAH SASARAN ADALAH RANAH SUMBER. Dalam teori ini, metafora dibedakan ke dalam tiga jenis: metafora struktural, orientasional, dan ontologis.

Metafora seksualitas berkaitan dengan tindak tutur, yaitu aksi yang diperlihatkan dalam menyampaikan sesuatu. Manusia melakukan tiga jenis tindakan ketika bertutur: (1) lokusi (apa yang dikatakan atau bentuk kata yang disampaikan), (2) ilokusi (fungsi lokusi atau tujuan dalam kepala penutur ketika menyampaikan lokusi), dan (3) perlokusi (efek lokusi terhadap pendengar atau reaksi pendengar) (Austin 1962 dalam Cutting, hlm. 2002). Metafora *memegang gunung* menunjukkan bahwa ilokusi penutur tidak tergambar langsung pada lokusi. Metafora tersebut juga tidak memenuhi salah satu maksim prinsip kerja sama oleh Grice (dalam Cutting, 2002, hlm. 34), yaitu maksim kualitas. Berdasarkan maksim kualitas, pembicara harus menyampaikan sesuatu berdasarkan realita demi kelancaran komunikasi. Metafora *memegang gunung* melanggar maksim kualitas karena apa yang dikatakan tidak sesuai dengan apa yang dimaksud.

Pendekatan metafora yang menggabungkan semantik dan pragmatik adalah analisis metafora kritis (Charteris-Black, 2004). Teori Charteris-Black berlandaskan pada teori metafora konseptual dari Lakoff & Johnson. Menurut Charteris-Black, teori Lakoff & Johnson lebih berfokus pada segi kognitif sehingga cenderung mengabaikan unsur sosial pemicu metafora. Integrasi semantik dan pragmatik dapat membantu mengungkap kepercayaan yang diyakini, sikap, dan perasaan komunitas wacana pemroduksi metafora (Charteris-Black, 2004, hlm. 13). Analisis metafora dalam teori AMK terdiri atas identifikasi metafora dengan memperhatikan makna ranah sumber dan ranah sasaran,

interpretasi berdasarkan relasi sosial yang terbangun antarranah, dan eksplanasi unsur sosial yang mendasari kemunculan metafora.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menginterpretasi permasalahan sosial berupa penggunaan metafora yang mengarah ke praktik pelecehan seksual. Sejalan dengan pendapat Creswell (2014, hlm. 4), metode kualitatif termasuk pendekatan penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna yang individu atau kelompok hadapi dari permasalahan sosial. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari kolom komentar unggahan di media sosial Instagram. Tiga individu dipilih sebagai subjek penelitian: Marion Jola (@lalamarionmj), Anya Geraldine (@anyageraldine), dan Berliana Lovel (@berliana.lovell). Mereka merupakan pemengaruh Instagram yang sering menerima komentar yang berhubungan dengan seksualitas.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan termasuk jenis dokumentasi publik. Satu unggahan yang mengandung komentar berupa metafora seksualitas dengan frekuensi kemunculan yang tinggi akan dipilih dari setiap akun. Unggahan-unggahan tersebut dibatasi pada kurun waktu Januari 2020—Agustus 2021 menyesuaikan laporan Komnas Perempuan bahwa pelecehan seksual siber termasuk tinggi sejak pandemi Covid-19 terjadi. Tiga unggahan yang terpilih dapat dilihat pada Gambar 1—3. Unggahan Berliana Lovel (BL) dan Marion Jola (MJ) merupakan swafoto, sedangkan unggahan Anya Geraldine (AG) berupa video singkat berdurasi 16 detik.

Gambar 1—3 dari kiri ke kanan. Unggahan AG, Unggahan BL, Unggahan MJ.



Setelah mengumpulkan tiga unggahan, peneliti menelusuri kolom komentar untuk menjangkau komentar-komentar bernuansa seksualitas. Kriteria metafora seksualitas disusun berdasarkan definisi pelecehan seksual verbal di Internet oleh Barak (2005). Pelecehan seksual verbal aktif ditargetkan pada satu pihak tertentu yang meliputi komentar menyinggung, komentar merendahkan yang berhubungan dengan gender, komentar seksual, dan lelucon kotor. Pelecehan seksual verbal pasif tidak ditargetkan pada satu pihak tertentu, tetapi pada penerima potensial. Kategori yang meliputi jenis pelecehan ini sama seperti pelecehan aktif dan dapat berupa istilah-istilah yang berhubungan dengan seksualitas. Meskipun pelecehan aktif dan pasif dibedakan berdasarkan target yang ditujukan, kedua definisi pelecehan akan digunakan karena keduanya ditemukan dalam data.

Komentar yang termasuk berpotensi melecehkan kemudian ditranskripsi seutuhnya dengan mempertahankan nama akun pemberi komentar, emoji, tagar, dan penyebutan nama pengguna lain sebagai konteks. Setelah mentranskripsi komentar

bersifat melecehkan, peneliti mulai mengidentifikasi unit-unit leksikal yang merupakan metafora. Setelah data terkumpul dan unit leksikal yang termasuk metafora telah ditandai, data dikelompokkan dan diberi kode berdasarkan unggahan. Kode **MJ** untuk unggahan Marion Jola, **AG** untuk unggahan Anya Geraldine, dan **BL** untuk unggahan Berliana Lovel. Pengkodean diberi nomor 1, 2, 3, dan seterusnya sesuai urutan data. Analisis data dilakukan berdasarkan Teori Metafora Konseptual (Lakoff & Johnson, 1980) dan Analisis Metafora Kritis (Charteris-Black, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memperhatikan metafora seksualitas dalam kolom komentar unggahan Instagram Marion Jola (MJ), Anya Geraldine (AG), dan Berliana Lovel (BL). Unggahan MJ yang terpilih diunggah pada 13 Maret 2021 dan memperoleh 7.889 komentar saat penelitian dilakukan. MJ melengkapi unggahan tersebut dengan takarir berupa kutipan berbahasa Inggris "*QOTD. Strong woman don't have Attitudes. They have high Standards and firm Boundaries* -Hello Lovely via Pinterest". Selanjutnya, unggahan AG pada 3 Juni 2021 yang dilengkapi takarir "Lagi ngapain? Laper deh" memperoleh 5.424 komentar. Unggahan BL pada 7 Juni 2021 memperoleh 3.006 komentar dengan takarir berbunyi "Alasan kalian follow aku?".

Identifikasi yang telah dilakukan menghasilkan unggahan MJ menerima 309 komentar yang termasuk metafora seksualitas cenderung melecehkan, unggahan AG menerima 269 komentar, dan unggahan BL menerima 281 komentar. Jika dilihat secara persentase, 3,9 persen komentar dalam unggahan MJ berupa metafora seksualitas berpotensi melecehkan, 4,9 persen dalam unggahan AG, dan 9,3 persen dalam unggahan BL.

Ranah Sumber

Analisis akan diawali dengan pemaparan macam-macam ranah sumber dan ranah sasaran yang ditemukan dalam data. Terdapat sepuluh macam ranah sumber yang ditemukan, yaitu ranah makanan/minuman, pemandangan alam, manusia, aktivitas manusia, bagian tubuh manusia, makhluk hidup, objek konkret, objek abstrak, binatang, dan tumbuhan. Ranah sumber makhluk hidup mengacu pada entitas bernyawa yang tidak secara spesifik berwujud manusia, binatang, maupun tanaman. Jumlah tipe dan token setiap ranah sumber dari ketiga unggahan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Frekuensi Kemunculan Ranah Sumber

No.	Ranah Sumber	Unggahan	Tipe	Token
1.	objek konkret	MJ	51	120
		AG	32	72
		BL	43	64
2.	makanan/minuman	MJ	24	50
		AG	39	67
		BL	27	69
3.	objek abstrak	MJ	9	31
		AG	20	20
		BL	12	28
4.	pemandangan alam	MJ	9	51
		AG	5	13
		BL	6	44
5.	manusia	MJ	24	44
		AG	10	17

		BL	10	26
6.	aktivitas manusia	MJ	10	8
		AG	11	21
		BL	11	14
7.	tumbuhan	MJ	10	28
		AG	4	4
		BL	2	2
8.	binatang	MJ	7	8
		AG	9	12
		BL	3	4
9.	bagian tubuh manusia	MJ	3	4
		AG	4	6
		BL	2	3
10.	makhluk hidup	AG	6	6
Total			403	917

Dilihat dari jumlah secara keseluruhan, ranah sumber yang paling banyak muncul adalah objek konkret, makanan/minuman, dan objek abstrak. Dilihat dari kata kunci, kata kunci yang paling banyak muncul dari ranah sumber objek konkret adalah *semakin di depan* pada unggahan MJ, *lipstik* pada unggahan AG, dan *bulat* pada unggahan BL. Dari ranah sumber makanan/minuman, kata kunci yang paling banyak muncul adalah *semangka* (MJ), *makan* (AG), dan *susu* (BL). Dari ranah sumber objek abstrak, kata kunci yang paling banyak muncul adalah *bakat* (MJ), *pink* (AG), dan *tekad* (BL).

Ranah Sasaran

Dari ranah sumber yang telah diidentifikasi, dapat diperoleh bermacam ranah sasaran yang dirujuk oleh ranah sumber tersebut. Terdapat 8 ranah sasaran yang ditemukan dalam data, yaitu organ tubuh perempuan, fisik perempuan, perempuan, organ intim laki-laki, pikiran laki-laki, pandangan laki-laki, laki-laki, dan aktivitas seksual. Frekuensi kemunculan setiap ranah sasaran dari ketiga unggahan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Frekuensi Kemunculan Ranah Sasaran

No.	Ranah Sasaran	Unggahan	Jumlah
1.	organ tubuh perempuan	MJ	282
		AG	128
		BL	199
2.	fisik perempuan	MJ	21
		AG	8
		BL	28
3.	perempuan	MJ	-
		AG	7
		BL	14
4.	organ intim laki-laki	MJ	10
		AG	20
		BL	11
5.	pikiran laki-laki	MJ	15
		AG	17
		BL	7
6.	pandangan laki-laki	MJ	4
		AG	2
		BL	-
7.	laki-laki	MJ	3

	AG	4
	BL	5
8.	MJ	18
	AG	48
	BL	8
	Total	859

Ranah sasaran organ tubuh perempuan meliputi payudara dan vagina yang paling banyak ditemukan pada unggahan MJ. Payudara diacu oleh semua ranah sumber. Contoh kata kunci yang mengacu payudara adalah *mangga* (ranah sumber makanan/minuman), *awan* (pemandangan alam), *social distancing* (aktivitas manusia), *tembem* (bagian tubuh manusia), *balon* (objek konkret), *harapan* (objek abstrak), *sayap burung* (binatang), dan *mekar* (tanaman). Payudara paling banyak diacu oleh ranah makanan/minuman. Contoh jenis-jenis makanan yang muncul seperti *semangka*, *buah mangga*, *bakso*, *kelapa muda*, dan seterusnya. Salah satu kata kunci dengan frekuensi tinggi dan mengacu pada ranah sasaran payudara adalah *semangka*. Kata tersebut muncul sebanyak 13 kali pada unggahan MJ, 2 kali pada unggahan AG, dan 6 kali pada unggahan BL. Contoh kalimatnya adalah “Pemandangan yg indah dibelakang dipenuhi pohon pisang namun yg kulihat buah *semangka* 😊😊😊” (MJ.50). Metafora ini menunjukkan konsep payudara secara metaforis disamakan dengan konsep objek yang dapat dikonsumsi, terutama yang berbentuk bulat dan berukuran besar.

Selain payudara, metafora ranah sasaran organ tubuh perempuan mengacu pada vagina. Salah satu metafora tersebut adalah kata *pink* yang sangat produktif ditemukan pada unggahan AG dengan total kemunculan 36 kali. Kata *pink* dapat mengacu pada payudara atau vagina tergantung konteks. Misalnya komentar “Pink pink pink kombinasi pink variasi pink” (AG.18) yang dibalas “Apalagi yg *pink* kak” (AG.19). Kedua komentar tersebut menunjukkan bahwa kata *pink* merujuk pada hal lain berwarna pink pada diri AG selain lipstik dan bibirnya, yaitu payudara. Interpretasi payudara diperoleh dari video AG yang memperlihatkan bagian dada yang cukup terbuka. Namun, pada kalimat “Udh ga *pink* ini mah” (AG.52) dan “*Pink* nya sampe ke bawah” (AG.246), hal yang diacu adalah vagina. Sama seperti payudara, vagina juga pada umumnya berwarna merah muda. AG memiliki reputasi sebagai perempuan dengan kehidupan pergaulan bebas, tetapi ia tidak pernah mengakui secara eksplisit apakah ia masih mempertahankan keperawanannya. Oleh karena itu, makna kontekstual kata *pink* dalam kedua komentar dapat diinterpretasikan sebagai keperawanan yang berhubungan dengan vagina.

Ranah sasaran kedua adalah fisik perempuan dengan frekuensi paling tinggi pada unggahan BL. Kata kunci yang merujuk fisik perempuan juga cukup variatif seperti *pemandangan* (pemandangan alam), *bahan* (objek konkret), dan *bibit berkualitas* (tanaman) serta *fantasi* dan *panas* dari ranah sumber objek abstrak. Kata *pemandangan* merupakan kata kunci dengan frekuensi kemunculan tertinggi yang mengacu fisik perempuan, yaitu muncul sebanyak 18 kali pada unggahan BL. Contoh kalimat “Yo jelas lah cari *pemandangan...*” (BL.94) menunjukkan persamaan konsep antara fisik perempuan dan pemandangan. Unggahan BL memperlihatkan foto BL yang berpose dengan bagian dada cukup terbuka. BL menulis sebuah pertanyaan “Alasan kalian *follow* aku apa?” pada takarir unggahan. Isi kolom komentar dipenuhi jawaban-jawaban pengikut media sosial BL terhadap pertanyaan tersebut, termasuk BL.94. Pemandangan dan fisik perempuan dilihat sebagai sesuatu yang indah dan terasa menyenangkan untuk dinikmati melalui indra penglihatan. Meskipun terkesan positif, metafora ini tetap berpotensi mengarah ke bentuk pelecehan karena tidak menutup kemungkinan komentator memperhatikan fisik BL dengan hawa nafsu atau niat kurang baik lainnya.

Selain kata pemandangan, frekuensi kemunculan kata *bahan* juga termasuk tinggi pada unggahan BL, yaitu sebanyak 12 kali. Metafora *bahan* berhubungan dengan metafora *fantasi* karena sama-sama merujuk pada fisik perempuan sebagai pemicu laki-laki untuk masturbasi. Contohnya “Buat jadi **bahan** sebelum tidur” (BL.244) dan “Sukaa liat bumper nya...montok aduhai....bisa buat **fantasi**.. 😊😊” (BL.52). Menurut *KBBI*¹, makna *bahan* adalah ‘sesuatu yang dapat dipakai atau diperlukan untuk tujuan tertentu’. Makna *fantasi* adalah ‘gambar (bayangan) dalam angan-angan’. Artinya, foto BL membuat laki-laki berkhayal membayangkan fisik BL sehingga muncul syahwat untuk berhubungan intim (metafora *fantasi*). Namun, skenario tersebut hanya ada di kepala mereka sehingga mereka menggunakan unggahan BL untuk bermasturbasi (metafora *bahan*).

Ranah sasaran ketiga adalah ranah perempuan yang muncul pada unggahan BL dan AG. Kata kunci yang termasuk ranah ini adalah *pemersatu bangsa*, *penegak keadilan*, dan *penguasa kegelapan* yang termasuk ranah sumber manusia karena berwujud identitas sebagai manusia serta *Barbie* dari ranah sumber objek konkret. Metafora *pemersatu bangsa* memiliki kemunculan tertinggi, yaitu sebanyak 13 kali pada unggahan BL dan 2 kali pada unggahan AG. Secara harfiah, *pemersatu bangsa* adalah rangkaian alat yang digunakan untuk mempersatukan masyarakat Indonesia yang terdiri atas Pancasila, UUD NRI Tahun 1945, Sang Saka Merah Putih, Lagu Kebangsaan Indonesia Raya, bahasa Indonesia, dan Sumpah Pemuda (Lubis & Sodeli, 2017). Metafora *pemersatu bangsa* muncul ketika masa Joko Widodo dan Prabowo Subianto memperebutkan jabatan Presiden Indonesia ke-7. Pilpres saat itu termasuk pelik karena masyarakat Indonesia terpecah belah menjadi dua kubu. Namun, masyarakat yang terpecah belah, terutama laki-laki, terlihat tetap dapat bersatu dalam kolom komentar akun-akun Instagram perempuan berpenampilan seksi, salah satunya BL. Contohnya komentar “Karena kamulah **pemersatu bangsa**” (BL.7) memperlihatkan BL dipandang sebagai seseorang dengan identitas *pemersatu bangsa*.

Ranah sasaran keempat adalah organ intim laki-laki yang meliputi penis dan mani. Ranah sasaran ini paling banyak ditemukan pada unggahan AG, tetapi tetap ditemukan pada ketiga unggahan. Contoh kata kunci pada unggahan MJ antara lain *pantau*, *muncak*, *naik*, *muntah*, dan *ikan cupang*. Contoh pada unggahan AG antara lain *terbangun*, *tiang*, *koin*, *muncrat*, *bergetar*, *tegang*, dan *raja ular*. Contoh pada unggahan BL antara lain *benih*, *bau pandan*, *amis*, *burung*, *puncak*, dan *bangun*. Dari contoh-contoh tersebut, dapat dilihat bahwa ranah sasaran organ intim laki-laki didominasi ranah sumber makhluk hidup, seperti pada kalimat “John **pantau**” (MJ.42), “Pliss Jhony jangan **muntah** dulu” (MJ.301), dan “Bikin aku **bangun** teruzzz” (BL.155). Metafora-metafora tersebut memberikan karakteristik benda bernyawa atau makhluk hidup kepada penis sehingga penis digambarkan dapat memantau sesuatu, memuntahkan sesuatu, atau terbangun dari posisi berbaring. Selain itu, interpretasi penis juga terlihat dari kata *joni* pada (MJ.301). Kata tersebut merupakan abreviasi dari “jorok dan nikmat”² dan telah menjadi ungkapan yang sering digunakan di media sosial untuk mengacu pada penis.

Ranah sasaran kelima adalah pikiran laki-laki yang ditemukan paling banyak pada unggahan AG. Pada unggahan MJ, ranah sasaran ini digambarkan dengan kata kunci seperti *pikiran traveling*, *pikiran kotor*, *otak nakal*, dan *benci pikiran*. Contoh pada unggahan AG adalah *otak traveling*, *otak kelayapan*, *berpikir jernih*, *pikiran melayang*, *jiwa meronta-ronta*, dan seterusnya. Contoh pada unggahan BL adalah *pikiran traveling*, *nggak kuat iman*, *iman bergoncang*, *jiwa merinding*, dan seterusnya. Kata kunci dengan kemunculan terbanyak adalah *otak* atau *pikiran traveling*. Contohnya kalimat “Otak gua **traveling** njir” (AG.8). Otak atau pikiran laki-laki digambarkan atau dipandang memiliki

¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/bahan>

² <https://www.serbatahu.com/arti/gaul/joni>

kemampuan dan karakteristik manusia. Menurut *Merriam-Webster*³, *traveling* bermakna ‘mengunjungi tempat-tempat berbeda, tidak menetap di satu tempat’. Metafora tersebut menggambarkan pikiran komentator yang seakan pergi dari tempatnya berada. Artinya, komentator sedang berkhayal atau membayangkan fisik AG karena posisi AG sedang tertelungkup dan memperlihatkan bentuk dada yang cukup jelas. Namun, ditemukan kalimat lain “Pikiran ku **liar** bosssss” (AG.217) dan “Jiwaku **meronta-ronta** 😊😊” (BL.23) yang memberikan karakteristik makhluk hidup ke pikiran laki-laki.

Ranah sasaran keenam adalah pandangan laki-laki yang ditemukan 4 kali pada unggahan MJ dan 2 kali pada unggahan AG. Kata kunci yang ditemukan adalah *mata*, *mata-difilter*, *menjaga mata*, dan *mata-nakal* pada unggahan MJ serta *mata-ke mana* dan *mode fokus* pada unggahan AG. Contoh kalimat “Aku mengingatkan kaum Adam untuk **menjaga mata**” (AG.48), “**Mata** gue nackal 🤪” (AG.209), dan “**Mataku** kemana 🤪” (AG.120) termasuk dalam ranah sumber makhluk hidup. Mata sebagai organ penglihatan manusia diberi karakteristik seperti makhluk hidup yang perlu dijaga agar tidak pergi atau hilang dari tempat asalnya. AG.209 juga memperlihatkan mata dipandang bersifat nakal selayaknya anak kecil atau binatang. Artinya, pandangan komentator sedang berkelakuan buruk karena tidak dapat dialihkan dari fisik AG. Metafora “Mataku ke mana” juga memperlihatkan pandangan komentator yang sedang menuju ke bagian intim AG sehingga dianggap hilang atau pergi dari tempat yang seharusnya.

Ranah sasaran ketujuh adalah ranah laki-laki dengan variasi kata kunci *tim zoom*, *jamaah zoom*, dan *pasukan zoom* pada unggahan AG serta *tim zoom* dan *petarung sabun* pada unggahan MJ. Ranah sumber metafora-metafora dengan kata kunci tersebut termasuk dalam ranah manusia karena berupa identitas manusia dan ranah sumber binatang pada kata *buaya*. Salah satu kalimat metafora *tim*, *jamaah*, atau *pasukan zoom* adalah “Pasukan **zoom** berkumpul” (AG.165). Dalam *Merriam-Webster*⁴, kata *zoom* bermakna ‘untuk memfokuskan kamera atau mikroskop pada sebuah objek menggunakan lensa zoom sehingga objek yang diperhatikan terlihat jelas dari jarak jauh’. Jika dilihat dari konteks, *zoom* yang dimaksud komentator adalah membesarkan foto atau video di Instagram dengan menggunakan dua jari. Menyesuaikan makna harfiah *zoom*, objek yang berusaha difokuskan agar terlihat lebih jelas adalah bagian payudara AG. Pose AG memperlihatkan bagian dada AG yang cukup terbuka dan bentuk yang cukup terlihat jelas. Namun, AG banyak melakukan pergerakan sehingga bagian dadanya beberapa kali tertutup rambut, terhalang tangan, atau terbenam di kasur. Oleh karena itu, maksud metafora tersebut adalah komentator mendeskripsikan identitas dirinya dan laki-laki lain sebagai kelompok yang melihat bagian dada AG secara jelas.

Ranah sasaran terakhir adalah aktivitas seksual dengan kemunculan token paling banyak pada unggahan AG. Tipe kata kunci yang ditemukan antara lain *lipstik* dan *silaturahmi bibir* yang mengacu pada aktivitas berciuman seperti pada kalimat “Pingin jadi **lipstick** nya 😊” (AG.149) dan “Jadi pengen **silaturahmi bibir**” (AG.182). Kata kunci *kasur*, *jilat*, *kenyangin*, *kucingan*, dan *kuda-kudaan* mengacu pada hubungan intim seperti kalimat “Yank, **kucingan** yuk” (AG.135) dan “Kalau sama kamu aku rela **jilatt** sampai ke akar2 nya” (AG.69). Kata kunci *kamar*, *kamar mandi* dan *sabun* mengacu pada masturbasi seperti kalimat “Buat kalo lagi bete **di kamar**” (BL.246).

Jenis Metafora

Metafora yang ditemukan dalam data dapat diklasifikasikan ke dalam 5 jenis, yaitu metafora struktural, metafora orientasional, metafora ontologi, metafora

³ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/traveling>

⁴ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/zoom>

nonontologis, dan metafora berbasis metonimi. Jumlah frekuensi kemunculan setiap jenis metafora dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Kemunculan Jenis Metafora

No.	Jenis Metafora	Unggahan	Jumlah
1.	struktural	MJ	181
		AG	158
		BL	158
2.	orientasional	MJ	44
		AG	-
		BL	2
3.	ontologis	MJ	20
		AG	36
		BL	17
4.	nonontologis	MJ	58
		AG	25
		BL	22
5.	metonimi	MJ	4
		AG	98
		BL	36
Total			859

Metafora struktural adalah ketika suatu konsep distrukturkan secara metaforis ke dalam konsep lain karena adanya persamaan antara ranah sumber dan ranah sasaran. Metafora struktural paling banyak digunakan untuk mengacu payudara. Metafora PAYUDARA ADALAH GUNUNG muncul sebanyak 24 kali pada unggahan BL dan 18 kali pada unggahan MJ. Foto unggahan MJ memperlihatkan ia memakai baju yang cukup memperjelas lekuk bagian dadanya. Unggahan tersebut mengundang berbagai macam komentar bermuatan metafora *gunung* seperti kalimat “Maksud hati ingin memegang **gunung**, eh memeluk **gunung**” (MJ.80). Payudara dikonsepsikan sebagai gunung karena memiliki persamaan bentuk yang jika divisualkan cenderung berbentuk kerucut. Gunung juga merupakan bukit yang besar dan tinggi sehingga metafora gunung ini mengacu pada payudara yang berukuran besar seperti milik MJ. Begitu pula pada unggahan BL, metafora gunung tidak hanya dipicu oleh foto unggahan, tetapi juga takarir seperti kalimat “Mau liat **gunung** tiap hari 🤔”. Dilihat dari konteks, tidak ada hal yang berhubungan dengan gunung dalam unggahan BL. Oleh karena itu, kata gunung tersebut dapat ditentukan sebagai metafora dengan ranah sasaran payudara BL. Maksud yang sebenarnya ingin disampaikan adalah alasan komentator mengikuti akun media sosial BL karena ingin melihat bagian dada BL setiap hari

Jenis metafora kedua adalah orientasional, yaitu metafora hasil pengalaman fisik manusia yang melibatkan ruang, arah, atau unsur spasial lainnya sehingga dapat muncul konsep naik, turun, maju, mundur, dan sebagainya. Kondisi spasial dapat berbalik atau berlawanan arah sehingga ciri lain metafora orientasional terlihat dari adanya kebalikan. Metafora orientasional paling banyak digunakan untuk mengacu ukuran payudara MJ yang terlihat lebih membesar. Pada unggahan MJ, metafora ini muncul sebanyak 44 kali dengan kata kunci *semakin di depan, semakin ke depan, berkembang, tumbuh kembang, membesar, melebar, tumbuh*, dan *ke kiri-kanan*. Metafora tersebut beserta kebalikannya dapat diuraikan menjadi *depan-belakang, berkembang-mengempis, melebar-menyempit, tumbuh-mati*, dan *kiri-kanan*. Metafora orientasional *semakin di depan* dan *semakin ke depan* menjadi metafora dengan kemunculan terbanyak, yaitu 18 kali. Metafora ini juga berhubungan dengan metafora *Yamaha* yang muncul 8 kali. Contohnya kalimat “Lala *semakin di depan* 😊” (MJ.175). Latar belakang sosial metafora ini adalah slogan merek

sepeda motor Yamaha pada tahun 2003. Slogan “Yamaha, semakin di depan” masih tenar hingga sekarang sehingga menjadi lazim digunakan di konteks-konteks lain. Komentar yang mengandung kata kunci *semakin di depan* dipicu oleh pendapat banyak orang yang memperhatikan bagian dada MJ terlihat lebih besar dibandingkan saat masih menjadi peserta ajang pencarian bakat pada tahun 2017. Pemetaan konseptual yang dapat diperoleh adalah PAYUDARA ADALAH OBJEK YANG MEMBESAR.

Jenis ketiga adalah metafora ontologis, yaitu metafora yang melihat hal-hal abstrak seperti kejadian, aktivitas, emosi, ide, dan sebagainya sebagai entitas atau substansi konkret. Dengan kata lain, metafora ontologis memindahkan karakteristik konsep suatu hal yang berwujud konkret ke hal lain yang berwujud abstrak. Hal abstrak tersebut menjadi dianggap atau dipandang berwujud konkret. Personifikasi termasuk dalam jenis metafora ontologis. Personifikasi adalah ketika objek fisik ditetapkan menjadi seorang manusia (Lakoff & Johnson, 1980, hlm. 33).

Dalam data, metafora ontologis paling banyak digunakan untuk menggambarkan pikiran laki-laki agar bertindak seperti manusia atau makhluk hidup. Misalnya pada kalimat “Otak gua **traveling** njir” (AG.8). Pemetaan konseptual yang dapat diperoleh adalah PIKIRAN LAKI-LAKI ADALAH MANUSIA. Selain itu, terdapat pemetaan konseptual PIKIRAN LAKI-LAKI ADALAH MAKHLUK HIDUP yang diperoleh dari metafora “Pikiran ku **liar** bosssss” (AG.217) dan “Jiwaku **meronta-ronta** 😄😄” (BL.23). Dua metafora tersebut tidak dapat disatukan dengan pemetaan PIKIRAN LAKI-LAKI ADALAH MANUSIA karena makhluk hidup yang dapat bersifat liar dan meronta-ronta bukan hanya manusia.

Selain pikiran laki-laki, metafora ontologis juga memberikan karakteristik makhluk hidup kepada penis. Contohnya pada kalimat “Bisa bisanya joni **terbangun** hanya karna ini” (AG.180), “Pengen **naik** (AG.147)”, dan “Gak nentu mas, seringkali imajinasi muncul ketika **berdiri** 😄 (AG.161)”. Ketiga kalimat tersebut menunjukkan metafora yang mengacu ke penis dengan ranah sumber makhluk hidup. Penis digambarkan mampu bangkit atau berdiri dari posisi berbaring selayaknya makhluk hidup. Metafora tersebut mengacu pada ereksi, yaitu suatu kondisi ketika darah mengalir menuju penis dan mengisi ruang-ruang *corpora cavernosa* sehingga penis tampak lebih panjang, besar, dan mengeras⁵. Penis menjadi seakan-akan terbangun atau berdiri. Ereksi dapat dipicu oleh berbagai hal, salah satunya rangsangan seksual. Oleh karena itu, terlihat maksud komentator bahwa video pada unggahan AG memicu gairah seksual. Ereksi akan bertahan beberapa menit dan penis kembali ke kondisi semula secara alami atau dengan masturbasi sehingga metafora tersebut juga dapat diartikan keinginan komentator membayangkan AG ketika masturbasi. Pemetaan konseptual dari ranah sumber dan ranah sasaran metafora tersebut adalah PENIS ADALAH MAKHLUK HIDUP.

Dalam data, ditemukan jenis metafora lain yang tidak dapat dikategorikan ke dalam metafora ontologis karena merupakan hasil pemindahan konsep bukan dari wujud abstrak ke wujud konkret, melainkan dari hal konkret ke hal abstrak. Metafora ini akan disebut metafora nonontologis karena merupakan kebalikan metafora ontologis. Dalam data, metafora nonontologis paling banyak digunakan untuk menyamakan ranah sasaran organ tubuh perempuan (payudara dan vagina) agar menjadi hal yang bersifat abstrak.

Tipe kata kunci metafora ontologis yang digunakan untuk menyamakan konsep payudara termasuk dalam ranah sumber objek abstrak. Contoh pada unggahan MJ antara lain kata *bakat, tekad, harapan, standar, protokol, dan napas*. Contoh pada unggahan AG antara lain *masalah hidup, perasaan, rasa, batin, bakat, dan keadilan*. Contoh pada unggahan BL antara lain *tekad, wibawa, solidaritas, bakat, dan nyali*. Metafora-metafora tersebut pada umumnya tersusun dalam format yang sama, yaitu “ada yang (karakteristik payudara), tetapi bukan (ranah sumber objek abstrak)”. Contohnya kalimat “Ada yg

⁵ <https://hellosehat.com/pria/impotensi/penyebab-penis-ereksi-spontan/>

menonjol tp bkn **bakat**" (MJ.251). Bagian dada disamarkan dengan memberikan karakteristik payudara yang menonjol ke objek abstrak *bakat*. Metafora *bakat* paling banyak ditemukan pada unggahan MJ karena dipicu oleh fakta bahwa MJ adalah seorang penyanyi. Komentator MJ.251 dapat diasumsikan sebagai salah satu *haters* 'pembenci' MJ. Figur publik seperti MJ sangat lazim memiliki penggemar sekaligus pembenci. Sisi MJ yang berpenampilan terbuka dan lebih dewasa dari usianya (21 tahun pada 2021) memicu banyak pihak tidak menyukai sosok MJ. Para pembenci MJ memandang bahwa MJ tidak lagi mempertunjukkan bakatnya sebagai penyanyi, melainkan hanya mencari sensasi melalui penampilan seksi. Komentar seperti ini dapat memiliki maksud mengejek dan juga melecehkan. Pemetaan konseptual yang dapat disusun adalah PAYUDARA ADALAH OBJEK ABSTRAK.

Metafora yang termasuk dalam jenis nonontologis tidak dapat dikategorikan ke dalam metafora struktural karena ranah sumber tidak terhubung dengan persamaan konsep ranah sasaran, melainkan dengan penerimaan konsep dari ranah sasaran. Metafora seperti PAYUDARA ADALAH GUNUNG termasuk metafora struktural karena payudara dapat diganti dengan gunung. Payudara dan gunung memiliki persamaan konsep bentuk dan ukuran.

Jenis metafora yang terakhir adalah metafora berbasis metonimi, yaitu perpaduan antara metafora dan metonimi. Metafora dan metonimi sama-sama melibatkan pemetaan konseptual, tetapi dengan proses yang berbeda. Metafora melibatkan pemetaan dua konsep dari dua ranah yang berbeda, sedangkan metonimi melibatkan dua konsep dari ranah yang sama. Dalam metonimi, satu hal mewakili keseluruhan hal yang dirujuk. Oleh karena itu, metafora-metafora dapat dikategorikan berjenis metafora berbasis metonimi ketika satu hal mewakili keseluruhan, tetapi dua hal tersebut berasal dari dua ranah yang berbeda. Berikut contoh-contoh kalimat yang termasuk metafora berbasis metonimi.

TEMPAT MEWAKILI AKTIVITAS SEKSUAL

1. bru dr **kmar mndi** masak masuk lagi hhh (MJ.355)
2. Ayo ke **red doorz** zheyenk (AG.220)

ALAT MEWAKILI AKTIVITAS SEKSUAL

1. **Sabun** mana **sabun** 😏😏 Padahal mau hemat pengeluaran krn terlalu bnyk dari sektor **sabun** 😏😏 apalah daya 😏😏 (MJ.357)
2. **shampo zink** aman kak? (AG.221)

SATU BAGIAN MEWAKILI ORGAN TUBUH PEREMPUAN

1. **Pink** nya sampe ke bawah (AG.222)
2. Follow kamu karna **susumu** gede, gue demen sama cewek yg susune jumbo2 kek u gitu (BL.247)

UANG MEWAKILI PROSTITUSI: Tidur Yuk Biar Aku **Bayar** Berapa?? (AG.223)

POSISI MEWAKILI HUBUNGAN INTIM: Anya aku **di bawah** km yah 😏 (AG.224)

BENTUK MEWAKILI PAYUDARA: **Bulet** bet dah..... 😏 (AG.225)

Dari contoh-contoh tersebut, terlihat bahwa hal yang mewakili tidak hanya berada pada ranah hal yang diwakili. Misalnya, pada metafora ALAT MEWAKILI AKTIVITAS SEKSUAL, fungsi inti sabun bukan untuk masturbasi, melainkan untuk membersihkan tubuh dari kotoran. Begitu pula dengan metafora UANG MEWAKILI PROSTITUSI, uang merupakan alat tukar-menukar untuk berbagai keperluan, bukan hanya untuk prostitusi. Pada metafora TEMPAT MEWAKILI AKTIVITAS SEKSUAL, terlihat bahwa kamar mandi dan aktivitas seksual masturbasi berasal dari dua ranah yang

berbeda, tetapi kamar mandi menjadi salah satu tempat yang dapat digunakan untuk masturbasi.

Metafora berbasis metonimi yang berasal dari dua ranah yang sama atau saling berkaitan adalah metafora dengan kata kunci *susu*. Kata kunci tersebut termasuk kata kunci kedua tertinggi setelah metafora *pink*. Kata *pink* mewakili payudara dan vagina karena pada umumnya kedua organ tubuh perempuan berwarna merah muda. Interpretasi *susu* mewakili payudara diperoleh dari konteks unggahan. Baik unggahan MJ dan BL tidak mengandung hal yang berkaitan dengan *susu*. Namun, unggahan MJ dan BL memperlihatkan MJ dan BL memakai pakaian yang memperjelas bentuk dan ukuran payudara mereka sehingga dapat dikaitkan bahwa kata *susu* mengacu pada payudara MJ dan BL. *Susu* merupakan bagian dari payudara perempuan. Setelah melahirkan atau ketika hamil, payudara perempuan memiliki kemampuan memproduksi *susu* (ASI). Oleh karena itu, kata kunci *susu* termasuk dalam metafora berbasis metonimi.

Dari penjabaran jenis metafora seksualitas di atas, dapat disusun parameter persamaan dan perbedaan kelima jenis metafora pada tabel 4.

Tabel 4. Parameter Jenis Metafora

Jenis Metafora	Struktural	Orientasi	Ontologis	Nonontologis	Metonimi
Persamaan konsep dasar	[+]	[-]	[-]	[-]	[-]
Arah/pergerakan	[-]	[+]	[-]	[-]	[-]
Perpindahan konsep	[-]	[-]	[+]	[+]	[-]
Personifikasi	[-]	[-]	[+]	[-]	[-]
Konkret ke abstrak	[-]	[-]	[-]	[+]	[-]
Mewakili keseluruhan	[-]	[-]	[-]	[-]	[+]

Faktor Pemicu Metafora Seksualitas

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ranah sumber yang paling produktif dari ketiga unggahan adalah ranah sumber objek konkret dengan frekuensi paling tinggi di unggahan MJ. Kata-kata yang digunakan banyak berasal dari istilah dalam bidang olahraga, yaitu bidang yang identik lebih disukai laki-laki. Kata-kata dari bidang olahraga di antaranya bola, bola basket, bola kaki, disundul, ditangkis, dan seterusnya. Selain dari bidang olahraga, kata-kata dalam ranah sumber konkret berupa benda-benda yang ditemukan dalam keseharian, seperti helm bogo, tudung saji, tabung gas, dan lain-lain. Metafora-metafora tersebut mengacu pada payudara MJ. Frekuensi tinggi ranah sumber objek konkret dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hardiyanti (2019) yang menunjukkan bahwa remaja laki-laki paling banyak menggunakan metafora menggunakan benda-benda konkret.

Ranah sumber yang paling tinggi kedua setelah objek konkret adalah ranah makanan/minuman yang ditemukan pada unggahan AG. Hal tersebut dipicu oleh takarir AG yang berhubungan dengan makanan, yaitu ia menuliskan pertanyaan "Lagi ngapain? Laper deh". Para komentator merespons dengan menyamakan payudara AG dengan buah-buahan seperti mangga, semangka, dan melon atau makanan lain seperti bakso, donat, jelly, dan seterusnya. Selain menggunakan jenis-jenis makanan, beberapa komentar juga menggunakan metafora yang mengindikasikan makanan dan juga mengacu pada payudara AG, seperti rasa, enak nafsu makan, gurih, bikin kenyang, dan seterusnya.

Selanjutnya, ranah sasaran yang paling mendominasi dalam data adalah organ tubuh perempuan dengan jumlah paling tinggi pada unggahan MJ. Ranah sasaran aktivitas seksual berada di urutan kedua dengan jumlah paling tinggi pada unggahan AG. Organ tubuh perempuan yang diacu meliputi payudara dan vagina. Aktivitas seksual yang diacu mencakup berciuman, hubungan seks, dan masturbasi. Hal tersebut menunjukkan topik

metafora di kolom komentar Instagram perempuan didominasi seputar tanggapan komentator terhadap organ tubuh perempuan dan keinginan melakukan hubungan seks akibat terangsang oleh fisik perempuan pada unggahan.

Hasil analisis jenis metafora menunjukkan bahwa jenis metafora dengan kemunculan tertinggi adalah metafora struktural. Berdasarkan ranah sumber dan ranah sasaran, jenis metafora struktural digunakan untuk mengganti organ tubuh perempuan dan aktivitas seksual menjadi hal-hal konkret. Pembaca metafora dapat menafsirkan metafora tersebut dengan menghubungkan persamaan antara ranah sumber dan ranah sasaran. Artinya, terdapat upaya komentator untuk tetap menyampaikan tanggapan mereka mengenai organ tubuh perempuan dan hasrat beraktivitas seksual, tetapi tidak secara terus terang. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Hardiyanti bahwa metafora struktural merupakan jenis metafora yang paling sering digunakan remaja di takarir Instagram.

Jika dilihat dari ranah sasaran sumber dan ranah sasaran secara keseluruhan, organ tubuh perempuan paling banyak diacu dengan ranah sumber objek konkret dan makanan/minuman, sedangkan penis dan pikiran laki-laki cenderung bersifat benda hidup melalui metafora struktural dan ontologis. Dengan kata lain, organ tubuh perempuan dipandang sebagai benda tidak bernyawa yang dapat digunakan atau pun dikonsumsi oleh manusia atau makhluk hidup. Hal tersebut relevan dengan teori objektivikasi. Dalam teori tersebut, objektivikasi terjadi ketika terdapat usaha membuat atau mengubah sesuatu yang bukan objek menjadi objek yang dapat digunakan, dimanipulasi, dan dikendalikan (Calogero, 2012, p. 574). Oleh karena itu, objektivikasi seksual adalah ketika seseorang diperlakukan hanya sebagai tubuh atau sekumpulan bagian tubuh untuk keperluan seksual. Organ intim atau fungsi organ intim terpisahkan dari keseluruhan diri seseorang.

Selain itu, analisis metafora dalam penelitian ini juga memperlihatkan bagaimana laki-laki di Instagram mengonstruksi identitas komunitas berdasarkan gender. Perempuan menerima identitas seperti pemersatu bangsa, pemersatu umat, dan penegak keadilan. Identitas pemersatu bangsa dapat menunjukkan bahwa perempuan dipandang menjadi pendamai dan tempat berkumpul para laki-laki yang ingin memandangi atau menikmati fisik perempuan secara seksual. Identitas penegak keadilan menunjukkan cara pandang laki-laki terhadap perempuan adalah keberadaan perempuan merangsang gairah seksual mereka. Tim zoom, pasukan zoom, dan petarung sabun merupakan identitas yang tergambar pada laki-laki. Artinya, laki-laki mengakui bahwa mereka memiliki ketertarikan memperhatikan fisik perempuan di media sosial dan juga menggunakan unggahan perempuan sebagai pemuas gairah. Konstruksi identitas kedua gender ini dapat menunjang hasil penelitian Hardaker & McGlashan yang telah menjabarkan identitas komunitas media sosial dari segi potensi terjerat hukum, yaitu pengguna berisiko rendah dan tinggi.

SIMPULAN

Dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, terlihat bahwa ranah sasaran organ intim dan fisik perempuan merupakan ranah sasaran yang paling banyak diacu. Ranah sumber yang paling banyak mengacu dua ranah tersebut adalah ranah sumber benda mati, yaitu ranah makanan/minuman dan objek konkret. Selain itu, organ tubuh perempuan juga banyak disamakan dengan objek abstrak. Penggambaran pikiran laki-laki dan penis sangat bertentangan dari penggambaran perempuan. Pikiran laki-laki dan penis banyak diberi sifat-sifat yang dimiliki manusia atau pun makhluk hidup bernyawa. Oleh karena itu, konsep yang terkandung dalam metafora-metafora seksualitas di Instagram adalah cara berpikir laki-laki yang memandangi perempuan sebagai benda mati

sehingga dapat digunakan atau dinikmati tanpa memerlukan persetujuan. Jenis metafora dengan kemunculan tertinggi adalah metafora struktural. Hal tersebut menunjukkan bahwa metafora digunakan untuk mengacu hal-hal seksualitas, tetapi dengan mengurangi risiko terjerat hukum. Dengan menggunakan metafora struktural, hal yang dimaksud sebenarnya masih tetap tersampaikan karena pembaca metafora dapat menghubungkan persamaan hal yang dirujuk dengan hal yang merujuk dari persamaan antara keduanya. Selain konteks, interpretasi beberapa metafora juga terlihat membutuhkan latar belakang sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Calogero, R. M. (2012). *Objectification theory, self-objectification, and body image*. In: Cash, Thomas, ed. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Cambridge: Academic Press, pp. 574-580. ISBN 9780123849250.
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Creswell, John W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. United States: Sage Publications.
- Cutting, J. (2002). *Pragmatics and discourse*. United Kingdom: Routledge.
- Evayani, W. & Rido, A. (2019). Representation of social actors in sexual violence issue in the New York Times and the Jakarta Post Newspapers: A critical discourse analysis. *Teknosastik*, 17(2), 43-55. DOI:[10.33365/ts.v17i2.322](https://doi.org/10.33365/ts.v17i2.322)
- Hadiansyah, D. (2017). Metafora erotis dalam "Serat Anglingdharma". *Konfrontasi: Jurnal Kultur, Ekonomi dan Perubahan Sosial*, 4(2), 58-67.
- Hardaker, C. & McGlashan, M. (2015). "Real men don't hate women": Twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics*, 91(1), 80-93. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2015.11.005>
- Hardiyanti, A. R. (2019). *Conceptual metaphors used in Instagram captions by Indonesian teenagers: Gender perspectives*. Tesis. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id/16480/>
- Karolina, K. (2019). 'Did he get to second base?' –baseball metaphor as a means of describing the degree of physical intimacy in the fifty shades trilogy. *Seria Filologiczna*, DOI:[10.15584/znurglotto.2019.11.13](https://doi.org/10.15584/znurglotto.2019.11.13)
- Komnas Perempuan. (2021). *Perempuan dalam himpitan pandemi: lonjakan kekerasan seksual, kekerasan siber, perkawinan anak dan keterbatasan penanganan di tengah covid-19: catatan kekerasan terhadap perempuan tahun 2020*. <https://komnasperempuan.go.id/uploadedFiles/1466.1614933645.pdf>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. United States: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (1993). The contemporary of metaphor. in A. Ortony (ed.), *Metaphor and Thought*. Cambridge CUP. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>
- Lou, C. & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58-73. DOI: 10.1080/15252019.2018.1533501

- Lubis, Y. & Sodeli, M. (2017). *Pendidikan dan Pancasila dan kewarganegaraan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- López Maestre, M. D. (2015). 'Man the hunter': a critical reading of hunt-based conceptual metaphors of love and sexual desire. *Journal of Literary Semantics*, 44(2), 89–113. <https://doi.org/10.1515/jls-2015-0009>
- Risdaneva. (2018). A critical discourse analysis of women's portrayal in news reporting of sexual violence. *Studies in English Language and Education*, 5(1), 126-136, <https://doi.org/10.24815/siele.v5i1.9433>
- Rofiq, Z. (2020). Micro-celebrities' concept of hijrah: A critical metaphor analysis. *PARADIGM: Journal of Language and Literary Studies*, 3(1), 43-52. DOI: <http://dx.doi.org/10.18860/prdg.v3i1.8230>
- Schenk, S. (2008). Cyber-sexual harassment: The development of the cyber-sexual experiences Questionnaire, *McNair Scholars Journal*, 12(1), 82-91. <http://scholarworks.gvsu.edu/mcnair/vol12/iss1/8>