

Seduksi Seksual Dalam Berita Online: Tinjauan Politik Ekonomi Media Pada Pemberitaan Kasus Prostitusi Artis Vanessa Angel

Eko Nugroho

Program Doctor Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta

ekonugroho@unj.ac.id

Diterima 5 Februari 2020 / Disetujui 25 Juni 2020

ABSTRACT

Celebrity prostitution in news becomes an information seduction regarding sex scandals. The news which offering scandals as news value has shifted from its original journalistic function in to commodity logic. Sexual seduction essentially a kind of consumption of symbol which implicate on certain used value and exchange value on some particular political economy scheme. This article attempt to describe sexual seduction on mass media regarding sexual scandal of prominent Indonesian actress Vanessa angel and so do the political economy of the media which involving process of text consumption and text production of news that following the cover of this particular case. This articles use some theoretical framework that consist of seduction theory by jean baudrillard and some political economy concept that relevant to the theory and cases. The method that employed into his articles is theoretical review using the frame work of baudrillard seduction theory and political economy perspective. The conclusion of this inquiry is the media create symbolic configuration that contain sexual seduction regarding celebrity prostitution case that involving vanessa angel . media consumption being established by the media through the sexual libido that being triggered actively in seduction process. Media text shows that the configuration of media appearance and media reporting in news feed and time lines by the on line media create a kind of market competition in news coverage about prostitution . in the logical of political economy the case of Vanessa angel being changed in to a commodity trough seduction ,therefore it could be consumable actively and seem fulfill "ethical standard "(legal) before the audience by using any particular sexuality cultural code that wrapped by the news with several standard. Which of course in the end of the process is the media revenue potentially increased.

Keywords: Jean Baudrillard; Political Economy Media; Sexual Seduction

ABSTRAK

Prostitusi artis dalam pemberitaan telah menjadi sebuah seduksi informasi yang berhubungan dengan skandal. Bahwa berita skandal bukan lagi memenuhi fungsi jurnalistiknya tetapi media menggunakan pemberitaan skandal sebagai bentuk komoditas melalui seduksi seksual sebagai sebuah nilai berita. Seduksi seksual secara teoritis adalah bentuk konsumsi dari simbol-simbol yang pada gilirannya memiliki konsekuensi politik ekonomi berupa bangkitnya nilai guna dan nilai tukar dari seduksi yang terjadi. Artikel ini ingin menjelaskan logika politik ekonomi terhadap seduksi seksual di media massa online terkait kasus Vanessa Angel dan juga politik ekonomi media dalam hubungan antar produksi teks dan konsumsi teks media terkait seduksi seksual ini. Masalah ini akan dibahas menggunakan prepektif konsep teoritik seduksi dari jean baudrillard dan juga prepektif politik ekonomi. Untuk menggali penjelasan dari masalah ini metode yang digunakan dalam penjelasan teoritik pada artikel ini mengacu pada tinjauan teoritis dengan berbasis teori seduksi dari Baudrillard dan kerangka analisis

konsumsi dan produksi dari kajian politik ekonomi. Kajian ini menyimpulkan media menciptakan konfigurasi simbolik dalam hal ini seduksi seksual melalui berita prostitusi VA. Konsumsi media dibangkitkan oleh media dengan menyentuh libido dasar melalui seduksi ini, konfigurasi teks menunjukkan bahwa media berusaha menjadi seperti sebuah pasar persaingan media online untuk menyajikan kasus prostitusi. Dari logika komoditas tersebut, secara politik ekonomi, kasus prostitusi Vanessa Angel diubah ke dalam bentuk seduksi agar bisa di konsumsi secara aktif dan “beretika” oleh publik melalui sebuah kode budaya seksualitas yang dibungkus pemberitaan dengan meletakkan struktur penyajiannya pada pakem pakem pemberitaan yang ujungnya adalah penjualan “media” (space dan konten serta layanan citra lain).

Kata kunci: Jean Baudrillard; Politik Ekonomi Media; Seduksi Seksual

PENDAHULUAN

Pemberitaan mengenai tubuh dan skandal seksualitas merupakan suatu bentuk pemberitaan dengan nilai berita yang cukup tinggi. Bahwa skandal mampu menciptakan suatu ketertarikan massa tertentu untuk membaca atau menonton berita di media. Sebuah surat kabar Minggu "news of the world" yang terbit tahun 1843 menjadi sebuah media yang memiliki sirkulasi terbesar sejak ia menyiarkan berita tentang skandal seks (Hartley dalam Allen, 2010 : hal 17)¹. Bahwa, berita tentang seks dan prostitusi yang diwarnai skandal adalah sesuatu yang memicu affeksi masyarakat terkait hasrat seksualnya sehingga keinginan untuk mengkonsumsinya berlangsung secara alami. Seks kemudian menjadi sebuah kategori dalam news value (Jorge : 2008).

Pemberitaan berbau skandal seks ada dalam banyak jenis pemberitaan mulai dari pemberitaan politik, contohnya Clinton dan Monica Lewinski, juga berita kriminal seperti pembunuhan Tata Chubby, seorang pelacur yang dibunuh kliennya di sebuah apartemen di Jakarta. Semuanya adalah berita yang menggegerkan dan mengundang banyak pemirsa. Apakah itu berbau kriminal atau pun berbau politik. Intinya skandal seks.

Seduksi seksual dalam berita tidak bisa dihindarkan dalam kehidupan media. Simbolisasi seks yang memicu berbagai imajinasi kreatif penonton dinilai sudah menjadi produk dari media. Dalam konteks yang ekstrim, pornografi misalnya. Pornografi merupakan industri yang cukup besar. Industri ini secara eksplisit mampu menghasilkan “uang” yang cukup besar. Rich mengatakan bahwa bisnis porno di Amerika saja mampu menghasilkan hampir 10 miliar Dollar dan ini menurutnya dihubungkan dengan bagaimana media (porno) memberikan apa yang orang inginkan (seduksi seksual) (Rich dalam Dines dan Humez, 2003). Industri porno seperti yang dikatakan Rich adalah industri yang membangun

¹ Hartley, Jhon. 2010. *Journalism, History, and Politics of popular Culture* dalam Allan, Stuart (ed), (2010). *The Routledge Companion to News and Journalism*. London: Routledge.

konsumerisme yang berusaha mengisi pasar yang memang menginginkan satu hal yaitu seks itu sendiri. Sehingga, industri seduksi seksual dalam hal ini menjadi industri besar.

Ilustrasi diatas menunjukkan bahwa seks, tubuh dan skandal seks tentu memiliki “pasar tersendiri” maka simbol-simbol yang berkaitan dengannya secara seduktif tentu akan masuk dalam logika permintaan dan penawaran sehingga berita berita berbau seks tentu saja akan memiliki nilai jual tinggi dan potensial untuk dikomersialisasi dan dikomodifikasi.

Vanessa Angel merupakan artis wanita populer di media tahun 2019 ini. Wajah cantiknya banyak menghiasi halaman halaman media baik itu cetak, TV, online, atau pun percakapan media sosial dan wahana chat daring. Kecantikan dan pesonanya sering di eksploitasi dalam kerangka gossip, misalnya hubungan dia dengan beberapa artis seperti Ruben Onsu dan lain-lain. Selain itu, beberapa foto “syur” bikininya juga banyak tersebar di dunia maya. Sehingga, ia terkenal juga sebagai boom seks Indonesia sebelum kasus ini terjadi. Suatu hari, tanggal 5 Januari 2019, Vanessa tertangkap “tangan” dan “mata” sedang tidur dengan pengusaha kaya. Dan kemudian kasusnya ini diviralkan oleh media. Seiring dengan itu, kasus Vanesa menyeretnya ke jaringan kriminal prostitusi artis. Namun berita media begitu viral membongkarnya, menulisnya dalam tautan tautan dan relasi relasi kepada hal hal lain diluar kasus ini. Sehingga kasus ini viral dan ada di setiap media dan setiap media menyajikan engel yang bereda. Ini layaknya sebuah pasar yang menyediakan berbagai merk barang dagangan dengan kategori sama. Ini seperti pasar seduksi seksual dengan berbagai sudut pemberitaan sebagai merk dagang.

Berita berita ini alih alih jadi berita kriminal, kemudian menjadi sebuah candaan dan bahan eksploitasi informasi seksual. Orang dengan dorongan voyeurismenya berusaha mencari tau dan bahkan merasa terhibur dengan berita ini. Publik menjadikan berita Vanessa Angel ini sebagai pembicaraan santai, baik secara moral atau pun banal (hiburan). Gairah publik tersebut dibaca oleh korporasi media sebagai aktivitas permintaan konsumen. Sehingga, pemberitaan yang viral ini tidak lebih adalah sebuah transaksi politik ekonomi media yang menjadikan skandal seks atau komoditas seksual sebagai objek konsumsi yang nantinya akan mendatangkan khalayak untuk memperbincangkan dan kemudian mencari informasi isinya di media, dengan klik, viewers dan berbagai parameter publik. Media merubahnya menjadi komoditas yang mendatangkan penggunaan ruang, pembelian konten atau pun periklan sebagai bentuk “Revenue”, dan ini adalah komodifikasi. Dari masalah ini ingin dijelaskan bagaimana logika politik ekonomi terhadap seduksi sosial di media massa online terkait kasus Vanessa Angel ini. Bagaimana politik ekonomi media media logika

utama dalam hubungan antar produksi teks dan konsumsi teks media terkait seduksi seksual ini.

Seduksi Seksual, dan Logika Komoditas.

Seduksi seksual merupakan sesuatu yang mereduksi kenyataan menjadi citra, ini juga merupakan proses simulasi namun di satu sisi proses ini memiliki sebuah logika ekonomi yang mengikuti penjelasan politik ekonomi terhadap fenomena yang berkaitan dengan konsep ini. Baudrillard berpendapat bahwa alasan ekonomi hanya akan dipertanyakan dengan realisasi dari tujuannya, abolisi dari momok, hantu ekonomi. Kehendak diajapkan oleh keinginan, ketika kehendak sepenuhnya ada disisi permintaan ketika itu dipersonalisasi dengan tanpa batas. Kehendak akan kehilangan imajinasinya dan relitasnya, dia akan muncul dimana mana tetapi dalam sebuah simulasi yang tergeneralisasi ini adalah hantu dari kehendak/ nafsu yang menghantui matinya seks (Baudrillard, Seduksi : 3). Bahwa ekonomi terkait pada keinginan yang menjadi wujud pada kebutuhan, untuk menghilangkan masalah masalah ekonomi seperti kekurangan, kemiskinan dan lain lain. Ini juga berkaitan dalam urusan urusan lain dimana pemenuhan kebutuhan atas sesuatu akan terjadi dan selalu menjadi kebutuhan, dimana desire akan terus menularkan keinginan keinginan, dan jika keinginan itu tidak bisa dipenuhi maka itu menjadi hantu. Tetapi, jika itu dipenuhi secara berlebihan maka, dia akan berubah menjadi sebuah tanda murni yang tidak menghubungkan imajinasi kebutuhan tadi dengan relitas.

Seduksi seksual terjadi ketika kebutuhan akan seks terpenuhi dengan banyak cara terutama melalui tanda tanda melalui berbagai banjir informasi yang berhubungan dengan tubuh dan seks. Sehingga pornografi adalah sebuah seduksi, ketika kebutuhan akan sensasi seksual dipenuhi dengan cara selain persetubuhan dengan limpahan alternatif. Dan dia menjadi imaji yang terperangkap dalam seduksi seksual, begitu pun ketika informasi dalam berita menjadi celah celah voyeurisme yang diujungnya adalah menjanjikan sebuah wahana imajinasi seksual yang berkelimpahan dan memutusnya dari eksploitasi seksual. Maka berita ini pun menjadi seduksi seksual, ini yang terjadi pada berita tentang prostitusi artis (Vanessa Angel ini).

Seduksi seksual menurut Baudrillard dapat dijelaskan dalam beberapa pokok berikut. Pertama, seduksi penguasaan simbolik bukan penguasaan realitas (Baudrillard : 8). Seks atau pun tubuh atau pun prostitusi di media adalah sebuah usaha untuk mengeksploitasi tanda. Media berusaha membangun sebuah seduksi dengan cara melakukan manipulasi atau pun komodifikasi tubuh melalui image tentang tubuh. Bagaimana image tentang tubuh ini jika

dikontrol maka, dia akan memiliki output komersial yang memicu orang untuk menonton terus dan terus.

Kedua, dalam seduksi tidak ada anatomi. Imajinasi adalah inti dari seduksi. Ketika seduksi seksual terjadi, dia tidak harus berhubungan dengan kehadiran tubuh, kehadiran kofurasi struktur tubuh tetapi rasa kehendak desire dari imajinasi yang bebas, yang berbasis pada struktur simbol membangun cara orang berpikir misalnya berita tentang pembunuhan. Dalam konsep tubuh misalnya, bahwa pembunuhan wanita bukanlah sekedar korban pembunuhan akan tetapi sebuah imajinasi yang dihasilkan oleh media. Sebuah usaha membangkitkan voyeurisme dimana imajinasi seduksi tumbuh untuk mendominasi konten, bukan dengan relasi dengan realitas tetapi relasi dengan symbol, dimana bukan tubuh hancurnya tetapi narasi tentang tubuh yang tergolek itu, tentang wanita, tentang ketelanjangan yang mengundang sebuah kehendak untuk merasakan sentuhan, untuk merasakan sensasi sensual dan seks --yang tentu saja tidak ada pada mayat--yang ada pada sebuah imajinasi yang diciptakan media melalui berita tersebut.

Seduksi sebagai bentuk konsumsi adalah apa yang ingin disasar oleh media, bahwa pada dasarnya apa yang di produksi media adalah sebuah logika komersial. Dan pasti diujungnya berakhir pada nilai guna atau pun nilai tukar.

Bahwa seksual seduksion adalah sebuah bentuk permintaan yang dekat dengan berbagai skandal seks. Sementara skandal seks sendiri adalah sesuatu event yang merupakan nilai berita. Dan bagi media, inilah “mesin” modal mereka. Seks berhubungan dengan kesenangan dimana kesenangan melupakan penderitaan (Ott dan Mack; 2014 : 86) jika dihubungkan dengan logika ekonomi maka, pada dasarnya kesenangan adalah sebuah permintaan dan ketika produksi mampu memenuhinya maka, disana ada ekonomi. Seks sebagai kesenangan tentu saja akan memenuhi suatu kriteria permintaan tertentu.

Secara umum, berita berita tidak menyajikan seks secara eksplisit tetapi dorongan “ide” yang sedikit banyak menjadi acuan media untuk menjual teks mengarahkan untuk menghubungkan atau membentuk relasi berita dan komoditas. Dalam hal ini, cerita skandal seks sebagai komoditas dari media. Memang bukan pornografi yang dijual akan tetapi seduksi tidak harus porno atau vulgar. Seduksi adalah permainan imajinasi dan simbol yang menghasilkan suatu kesenangan tertentu. Suatu yang dihasilkan dari sebuah permainan tanda semata. Simbolnya bisa apa saja, yang jelas relasi seksual ada disana meski tidak secara eksplisit menggambarkan ketelanjangan.

Logika politik ekonominya adalah merubah pemenuhan hasrat seksual menjadi konsumsi (Anderson dalam Riordan dan Meehan; 2002 : XIII) sehingga faktor pemenuhan libido seksual menjadi faktor yang membangkitkan konsumsi yang pada gilirannya akan menyebabkan sebuah logika ekonomi dimana simbol simbol seksual bisa dijual dan memiliki nilai tertentu yang bisa dipertukarkan menjadi “capital gain” bagi koorporasi media.

Fungsi fungsi seksual merupakan fitur dominan dari kultur konsumerisme (Anderson dalam Riordan dan Meehan; 2002 : 225) sehingga media dalam produksinya juga menggunakan seksual simbol dalam hal ini mungkin berita tentang skandal seks sebagai sebuah atribut menarik yang merupakan mekanisme dari kultur konsumerisme. Sehingga, berita berbagai pemerkosaan, pembunuhan dengan kekerasan seksual, skandal politik yang berbau seksual dan skandal prostitusi atau pun prostitusi selebritas tentu ini masuk dalam daftar tertinggi fitur keinginan konsumen media yang ujungnya membungkus isi sensual ini dengan isi lain yang lebih etis. Misalnya berita atau iklan, bukan pornografi, sehingga “kevulgaran” bisa ditutupi dengan fakta intelek—berita, yang kemudian memicu relasi lain -- - yang tak lain sebenarnya adalah “sexual fullfilment” yang dialihkan menjadi pola konsumsi media.

Seduksi seksual dalam logika ini tentu saja adalah sebuah komoditas dimana relasinya bisa dilihat dalam beberapa poin. Pertama, berita berkenaan dengan skandal seksual adalah objek. Kekuatan seduksinya adalah sebuah kerja yang menghasilkan atau merubah sumberdaya seksual menjadi imajinasi seksual kemudian sebuah ---setara nilai guna--- nilai tukar yang menjadi esensi dari algoritma komoditas atau objek itu sendiri.

Kedua, seduksi seksual merupakan obyek manufaktur, dasarnya adalah skema industri pornografi bahwa dalam industri pornografi yang kemudian menghasilkan suatu logika yang membangun bukan hanya pemenuhan sesaat tetapi pemenuhan seksual secara massal melalui simbol simbol ketelanjangan seksualitas. Logika politik ekonomi adalah terkait tugas intinya memeriksa manufaktur dari kebutuhan konsumen (Murdock dan Golding dalam Curram dan Gurevitch; 2005 : 75). Dalam hal ini, konsumen dari seksual fullfilment dimana melalui manufaktur sebuah seduksi seksual menjadi komoditas, dimasifikasi dan dibangun dalam bentuk struktur relasi ekonomi tertentu dalam skema ekonomi politik media --- dalam hal ini melalui berita prostitusi artis VA.

Ketiga, sekandal seksual , segala isu yang menghasilkan seduksi seksual merupakan isu isu yang dibangun atau dikonstruksi oleh kapitalis. Bahwa teks teks phallosentris telah

menjadi sebuah teks pakem dalam ideologi konsumerisme yang di konstruksi oleh kapitalis. Iklan misalnya, melakukan diskontinuitas antara ide produk dengan tampilan seksual (Anderson dalam Riordan dan Meehan (ed), 2002 : 224).

Keempat, hiburan dan seduksi. Seduksi sama halnya dengan kita masuk ke taman hiburan, pornografi adalah taman “hiburan seks”. Namun, bentuk ini bisa di konversi ke dalam bentuk yang lebih halus dimana bukan ketelanjangan yang menghibur akan tetapi, seduksi yang menghibur melalui relasi seksual misalnya ketika ada iklan mobil dan seorang perempuan cantik maka, pada saat itu ada relasi seksual. Ini bukan soal mobilnya akan tetapi soal erotisme yang menjadi atribut atau menempel pada pesan pesan iklan tersebut sehingga teks dalam hal ini merupakan kendaraan atas relasi erotisme dan ide ide tentang komersialisasi – seduksi.

Mengenai tubuh sebagai komoditas ini bukanlah hal baru. Politik ekonomi tubuh yang melibatkan juga kekuatan dan pesona (fetis) tubuh merupakan suatu keniscayaan. Bahwa pasar harus memenuhi permintaan yang merupakan bagian dari mekanisme kuasa dan kekuatan sosial untuk bergerak. Dimana tubuh dipertukarkan dahulu sebagai budak seks menjadi pertukaran politik, bahkan di masa perang dunia kedua, pelacur adalah alat militer yang artinya, seks menjadi suatu pendorong, suatu saluran libidal yang penting bagi relasi soal. Sebagaimana pandangan Malinowski tentang seks, Ia berpendapat bahwa seks merupakan gaya/ kekuatan sosiologis dan budaya (Synott : hal. 250) yang artinya, seks merupakan bagian dari dinamika sosial sebagai penggerak.

Dan ketika berita tentang kriminal seperti prostitusi dan mungkin pembunuhan serta pemerkosaan misalnya, dia tidak hanya berdiri sebagai suatu event independen akan tetapi event yang akan memasuki arus dinamika sosial yang ujungnya juga akan membutuhkan banyak faktor pendorong atau pun terdorong oleh kekuatan sosial budaya. Dalam hal ini, aspek seksual kemudian keluar dari berita berita tersebut, keluar sebagai “fullfilment of humanity”. Tentu super ego atau wujud kultural manusia mungkin menolak ini dalam logika etik tetapi, logika estesisnya dia akan merubah dalam simbol-simbol yang relasional sebagaimana dahulu kala orang menggunakan simbol-simbol tokoh pewayangan atau mitologi untuk menyampaikan relasi ---seduksi-- kekuatan sexy ini – skandal seks dan lain lain. Begitu pun berita dia menjadi simbol, menjadi seduksi yang memberi sebuah “perwujudan” (pada sexual “force”) dan ini kemudian ditangkap dalam logika komoditi.

Tentu saja perlu kemudian dicermati dengan berbasis logika diatas. Hubungan antara teks dan politik ekonomi. Komoditas akan bertemu dengan industrinya dimana teks bukan sesuatu yang ada dengan sendirinya tetapi dalam media, teks adalah sebuah dinamika politik ekonomi. Ketika dinamika produksi ekonomi membangun wacana publik, teks, tanda, dan lain lain (Murdock dan Golding dalam Curram dan Gurevitch; 2005 : 75). Berita berita berbasis skandal seksual dalam dinamika politik ekonomi dilihat sebagai teks yang kemudian secara ekonomi, karena ini merupakan suatu permainan seduksi yang berusaha mengisi kebutuhan orang terkait hiburan dan juga informasi sekaligus. Maka, teks ini hadir dengan semangat ekonomi yang artinya ketika seduksi seksual dari pemberitaan VA ini, sebuah seduksi sosial ---komoditi--, maka ujungnya adalah sebuah produksi ekonomi dari kooperasi media dimana media online dengan banyaknya orang yang melihat berita ini, mendapat suatu proyeksi potensial kapitalisasi dari pendapatan iklan atau penjualan space dan konten tertentu. Atau menjadi sebuah pemicu ketertarikan orang untuk menonton berita media media onlinenya yang lain, yang ujungnya iklan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan dengan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah tinjauan teoritis dengan berbasis teori seduksi dari baudrillard dan kerangka analisis ekonumis dan produksi dari kajian politik ekonomi yang berusaha menggabungkan berbagai preis untuk memberikan hubungan antara aspek kultural dan dinamika politik ekonomi dibelakangnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Vanessa Angel dalam Pusaran Politik Ekonomi Media

Kasus prostitusi melibatkan Vanessa Angel yang diberitakan oleh media online belakangan ini merupakan kasus kriminal atau bahkan sebuah infotainment – hiburan. Namun kemudian berita ini bukan seperti sebuah berita kriminal akan tetapi diampifikasi melalui bentuk bentuk digital dan pembicaraan publik menjadi sesuatu yang erotis.

Dari segi tekstual, jika melihat dari sedikit tinjauan semiotik beberapa teks bisa dijelaskan sebagai berikut. Pertama, ada sebuah judul berita seperti ini “polisi sebut artis VA

ditangkap saat berhubungan badan di kamar hotel”². Judul ini menyiratkan beberapa simbol terkait tubuh seperti kata “badan”, “berhubungan badan”, “kamar hotel”. Makna yang tersirat adalah ada seseorang yang telanjang melakukan hubungan seks dan mereka adalah pasangan tidak sah, sebagai pelacur dan pelanggan. Dan untuk inisial VA sendiri maknanya artis yang telanjang atau pelacur yang “super”. Makna yang terbaca secara semiotis, bisa disamakan dengan suatu teks tentang penawaran produk seksual seperti striptis atau pun prostitusi (online dan yang offline). Pilihan bahasanya oleh Kompas mensuratkan ini seperti bukan menggambarkan kriminalitas tetapi sebuah berita hiburan erotis yang seduktif tentunya.

Kasus ini pada teks judul berita berikut “Tanggapan Para Artis Soal Vanessa Angel Tertangkap di Kamar Hotel yang Diduga Kasus Prostitusi”³. Dari sisi yang lain, media juga menyajikan sudut pandang yang lain, dimana pesona fetish dari selebritas dikeluarkan. Selebritas adalah subjek subjek yang memiliki suatu kekuatan atau potensi “worship” penyembahan tertentu, selebritis atau biasa di Indonesia disebut artis. Dalam kalimat diatas mengidentifikasi bahwa VA adalah bagian dari selebritis. Dan selebritis serta skandal, jika disatukan apalagi skandal seksual sebenarnya tidak menurunkan pamornya akan tetapi justru menaikkan pamornya sebagai seorang “bad boy” atau “bitch”. Dan dalam berbagai kajian dan pakem jurnalistik, selebritis adalah objek pemberitaan yang bernilai berita cukup tinggi (Mencher; 1997 : 59).

Dengan memberikan simbol selebritas atas kejadian ini maka, media mampu menciptakan suatu skandal yang bernilai berita untuk dijual. Skandal dan selebritis adalah dua hal yang terkait, karena dengan skandal selebritis bisa terkenal (Cashmore; 2006 : 140 - 164).⁴ Skandal selebritis adalah apa yang ingin publik konsumsi sehingga ini menjadi sebuah komoditas media. Dari dua contoh judul berita diatas saja, kita bisa melihat sebuah relasi politik ekonomi. Relasi tersebut berkisar antara teks dan dinamika ekonomi politik dibalikinya.

Pembahasan

Terkait kasus ini, relasi tersebut bisa dijelaskan dalam beberapa hal berikut. Pertama, media berusaha menyajikan suatu pesona dari seduksi seksual dengan membungkus frame kasus prostitusi ini dengan pendapat para artis dan lain lain, maka pada dasarnya media

² Artikel ini telah tayang di [Kompas.com](https://entertainment.kompas.com/read/2019/01/05/193045710/polisi-sebut-artis-va-ditangkap-saat-berhubungan-badan-di-kamar-hotel?page=all) dengan judul "Polisi Sebut Artis VA Ditangkap Saat Berhubungan Badan di Kamar Hotel", <https://entertainment.kompas.com/read/2019/01/05/193045710/polisi-sebut-artis-va-ditangkap-saat-berhubungan-badan-di-kamar-hotel?page=all>.

Editor : Kistyarini

³ <https://www.tribunnews.com/section/2019/01/06/tanggapan-para-artis-soal-vanessa-angel-tertangkap-di-kamar-hotel-yang-diduga-kasus-prostitusi>

⁴ Celebrity/ culture

berusaha mengarahkan pada sebuah komodifikasi fetisme dari keberadaan para artis tersebut. Selain itu, simbol-simbol tubuh yang dikaitkan dengan aktivitas seksual menghasilkan suatu drama seksual tertentu yang tujuannya mengundang tindakan voyeurisme dari publik.

Kedua, menyertai berita itu ada sebuah ruang yang dijual sebagai ruang iklan dan ruang lain yang berusaha mencantol energi seksual dari berita tersebut atau menjadi bagian dari drama dan permainan tanda dari seduksi seksual tersebut.

Ketiga, ada reproduksi komoditas, bahwa terlihat kesamaan isi yang terus menyebar dan kemudian adanya persaingan dalam penyajiannya sehingga isi yang sama ditampilkan dalam presentasi yang beragam. Ini sebenarnya adalah konsep dasar dari brand. Dalam perdagangan, tentu merk menjadi sangat penting. Identifikasi produk akan mengarahkan orang pada asosiasi tentang produk tersebut, misalnya cerita dari media Tribun diatas mbingkai ini dalam bingkai “artis” lalu Kompas dalam bingkai “hubungan badan”, atau ada lagi media lain dengan sorotan “pengusaha”. Semua seperti memiliki merk tertentu, sehingga ada persaingan antara media dalam teks teks yang berbeda untuk membangun seduksi seksual.

Keempat, ada “price tag” yang coba ditonjolkan media. Harga sewa prostitusi Vanesa pun ditampilkan oleh media.⁵ Dalam hubungan teks dan politik ekonomi, harga atau label harga memiliki sebuah aturan transaksional tertentu. Ketika media menyajikan harga pada kasus prostitusi maka, ada usaha memframing dalam hal harga 80 juta ini, yang artinya, media menjadi alat transaksi seperti sebuah analogon market place yang mana media bukan hanya mengiklankan pengiklan yang tertarik oleh parameter audiens akan tetapi seduksi seksual dengan mencantumkan harga menjadikan media sebagai sebuah institusi “germo” online yang memang tidak menjual, tetapi ikut menawarkan dan memasarkan dengan simbol-simbol.

Voyeurisme sebagai bentuk usaha membangun konsumsi media disini juga terlihat. Sebagai contoh, kasus ada serial pemberitaan VA yang coba diangkat misalnya oleh CNN Indonesia, yang mengangkat serial berita VA sampai detik ini dan melibatkan banyak prostitusi artis. Secara alam berita, ini wajar dengan sistem “round up” ala kantor berita akan tetapi dalam pandangan politik ekonomi kritis, ini adalah cara untuk menjaga loyalitas konsumen dan membangun narasi produk dimana konsumsi berulang dihasilkan melalui logika voyeurisme yang ingin “mengintip” terus dan terus. Diman in merukan sebh usah

⁵ <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190106143123-12-358788/vanessa-angel-pamit-cari-rezeki-berujung-ditangkap-polisi>

muntuk memproduksi dan mereproduksi sebagai bentuk aspek materialistic dari dinamika kapitalisme.

Apalagi ini adalah seduksi seksual dan fetitisme artis yang ingin selalu dikuntit (stalking) sehingga, ini bisa disetarakan dengan kegiatan konsumsi kembali yang diujungnya, media menghasilkan sebuah akumulasi konsumsi dari viewers. Ujung dari akumulasi konsumsi publik terhadap seduksi seksual ini tentu saja naiknya rating atau jumlah klaim viewer yang bertambah sehingga menjadi keunggulan kompetitif bagi media itu sendiri.

Sementara di lain sisi, ruang publik media yang seharusnya membicarakan kepentingan publik menjadi terbanalisasi, kepentingan publik teralienasi dan ternegasi dari pembicaraan publik di media.

Tampilan tampilan visual yang menampilkan Vanesa Angel yang seksi dan cenderung porno aksi menambah kekuatan atau pengaitan relevansi produk. Seolah olah mengutamakan seduksinya, seperti ada kesatuan imajinasi yang nantinya berujung pada sebuah kompromi imajinasi seksual. Tentang VA, ini sama seperti ketika mereka harus memiliki asosiasi sehingga asosiasi itu akan memberikan peringatan atau pun relasi relasi terhadap barang yang dijual dan seduksinya mengaitkan VA dengan artis panas, gambar porno, dan sejuta macam produk fetis yang berkaitan dengannya dengan satu alasan membentuk konfigurasi konsumsi yang kuat guna membangun produksi seduksi yang sempurna, sehingga menghasilkan revenue yang ajeg bagi kapitalis media.

Seduksi seksual tidak seharusnya lepas begitu saja dalam ruang publik. Etika yang tidak jelas dalam ruang publik di Indonesia menjadikan eksploitasi ruang publik oleh kapitalisasi media dengan konten konten yang mengandung seduksi seksual yang tidak bisa dikontrol secara langsung. Media di Indonesia dalam kasus pemberitaan cenderung vulgar. Dalam beberapa alasan, ini karena liberalisme sosial politik yang berjalan di Indonesia. Meski begitu, liberalisme itu bukan liberalisme murni yang juga disertai perlindungan hak publik. Bahwa seduksi seksual dengan konotasi prostitusi seperti VA ini jelas merusak nilai publik dan tentu saja etika menjadi isu utama kedalam politik ekonomi ketika berhadapan dengan kebebasan ruang publik dan dinamika ekonomi itu sendiri.

SIMPULAN

Dalam pandangan politik ekonomi, seduksi seksual terkait VA ini merupakan suatu komoditas dimana ini melalui beberapa logika. Pertama, media menciptakan konfigurasi simbolik dalam hal ini seduksi seksual melalui berita prostitusi VA.

Kedua, konsumsi media dibangkitkan oleh media dengan menyentuh libidal dasar melalui seduksi ini, sehingga konsumsi yang setara dengan aspek penawaran keluar sebagai logika ekonomi untuk dimanifestasikan dalam pilihan isi dan konstruksi isi media.

Ketiga, konfigurasi teks menunjukkan bahwa media berusaha menjadi seperti sebuah pasar persaingan media online untuk menyajikan kasus prostitusi seperti melihat merk dagang dalam komoditas di supermarket yang dipampang untuk menyajikan pilihan publik yang ujungnya tentu revenue.

Keempat, media sebagai manufaktur seduksi seksual dengan menghidupkan repetisi varian berita serta aspek voyeurisme maka, media tak ubahnya seperti pabrik hasrat. Dimana media terus dengan mekanismenya membangun jalinan dan memintal isu prostitusi ini menjadi berbagai produk. Apakah itu produk berita kriminal, entertainment, dan berbagai produk lain seperti adca divisi item dalam pabrik.

Dari logika komoditas tersebut, secara politik ekonomi, kasus prostitusi Vanesa Angel diubah kedalam bentuk seduksi agar bisa di konsumsi secara aktif dan “beretika” oleh publik melalui sebuah kode budaya seksualitas yang dibungkus pemberitaan dengan meletakkan struktur penyajiannya pada pakem pakem pemberitaan yang ujungnya adalah penjualan “media” (space dan konten serta layanan citra lain).

Etika vs komersialisasi seduksi seks di media pada akhirnya ini semua bicara tentang etika. Ketika berita itu masih berita criminal, tentu terjaga dengan aspek jurnalistik dan ketika itu bermetamorfosa dalam berbagai berita fragment dan berita metamorphosis maka, etika disinggung disini antara menjadikan media sebagai alat pencerahan publik atau pabrik “ID” yang mendorong publik untuk memenuhi hasrat voyeurisme seksual.

DAFTAR PUSTAKA

Baudrillard J.P. (2001). *Seduction*. Montreal: NWP Dan Ctheory Books.

Cashmore , Ellis. (2006). *Celebrity/Culture*. New York: Routledge.

Curran James Dan Gurevitch , M. (2005). *Mass Media And Society*. London: Hodder Arnold.B.

Dines . G Dan Humez , J. M (Ed). (2003). *Gender, Race, And Class In Media, A Text Reader*. London: Sage.

- Hartley , Jhon. (2010). *Journalism, History, And Poiltics Of Popular Culture*. Dalam: Allan. Stuart (Ed). (2010). *The Routledge Companion To News And Journalism*. London: Routledge.
- Meehan E.R Dan Riordan . E (Ed). (2002). *Sex &Money : Feminism And Political Economy In The Media*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- Mencher , M. (1997). *News Reporting And Writing 7th Ed* . Madison: Brown And Bench Mark.
- Ott, Brian.L Dan Mack Robert L. (2014). *Critical Media Studies: An Introduction*. Sussex: Willey Blackwell.
- Synott . A. (1993). *The Body Social , Symbolism, Self And Society*. London: Routledge.