



**BAYI-BAYI PUTIH DALAM AKUN TIKTOK PARA MUDA: DARI HASRAT HINGGA MASOKISME DI MEDIA**

Oleh  
**Arif Zuhdi Winarto**  
Universitas Mulawarman  
Jl. Kuaro Gn. Kelua, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia  
Telp/fax : (0541) 741118/(0541) 747479 - 732870  
e-mail: [arif.zuhdi@fkip.unmul.ac.id](mailto:arif.zuhdi@fkip.unmul.ac.id)

**Abstract**

*Meski Indonesia memiliki ras dan suku dengan warna kulit yang beragam, preferensi masyarakat Indonesia terhadap figur bayi cenderung menyukai tampilan tubuh bayi yang putih. Representasi tersebut kini banyak ditemui dalam konten TikTok Indonesia. Aplikasi TikTok merupakan jejaring sosial asal Tiongkok yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan membagikan video pendek dengan berlatar musik. Tren bayi-bayi putih yang banyak muncul di media Indonesia khususnya TikTok merupakan gejala menarik dan belum banyak dibahas dalam ranah kajian media. Penelitian ini berfokus pada konten bayi di enam akun TikTok Indonesia pada tahun 2022 dengan menggunakan teori Psikoanalisis Jaques Lacan yang khas tentang subjek unconscious dan mirror stage. Akun yang diteliti antara lain @khoirusida, @fjialediyahya, @elysasigita, @mamaairan, @ibumuda0506, dan @azzuralluratwins, dipilih berdasarkan kesamaan jenis postingan. Pada penelitian ini, para pemilik akun TikTok adalah subjek-subjek yang berkekurangan (lack) dalam melewati mirror stage. Lack itulah yang kemudian memunculkan hasrat subjek. Praktik pendisiplinan tubuh bayi dalam postingan subjek merupakan materialisasi hasrat dalam tatanan symbolic untuk menutupi lack dan memuaskan hasrat rekognisi subjek, namun praktik ini kemudian berubah menjadi malapetaka sadisme/masokisme dalam ketundukan subjek terhadap the law of the father dan the Big Other. Sehingga fenomena bayi putih di media Tiktok dapat dimaknai pula sebagai praktik kekejaman pada bayi yang sedang menyamar menjadi tontonan yang 'aman'*

**Keywords:** Bayi, Lacan, Masokisme, Psikoanalisis

**PENDAHULUAN**

Jauh sebelum munculnya kolonialisme Barat di wilayah nusantara, kulit putih sudah menjadi dambaan dan dianggap cantik seperti yang nampak pada ilustrasi kisah-kisah Ramayana yang diadaptasi oleh kebudayaan Jawa pada akhir abad ke-8. Di era kolonialisme Eropa di Hindia Belanda, wacana kulit putih turut menyebarkan ideologi rasialnya ketika kecantikan kulit putih diidentikkan dengan ras Kaukasia sebagai ras yang superior, saat penjajahan Jepang di Indonesia menyebar pula cita-cita kecantikan Putih Asia hingga pada era pascakolonial (Saraswati, 2013:15-19)

Hingga kini masyarakat Indonesia tetap memiliki preferensi pada tampilan kulit wajah dan tubuh yang putih. Hal ini juga dibuktikan dengan besarnya industri kosmetik jenis pemutih dan pencerah kulit dibandingkan dengan jenis kosmetik penggelap kulit (Sugiura, 2021:275).

Adanya iklan kosmetik dan sabun pemutih kulit menandakan masyarakat berusaha keras untuk menjaga kulitnya agar tidak menggelap karena paparan sinar matahari sehingga tetap putih/cerah. Kulit yang putih adalah impian perempuan Indonesia, hal itu tidak terlepas dari konstruksi kecantikan melalui



iklan-iklan produk sabun dan kosmetik (Aqarini, 2003:20).

Preferensi terhadap kulit putih dan cerah ini diperkuat dengan hadirnya figur berkulit putih di televisi, majalah, brosur produk, gambar-gambar di internet dan sosial media. Apotek, ritel hingga e-commerce

menjual berbagai macam jenis skincare yang memberi janji memutihkan kulit bahkan pada bagian tubuh yang sensitif misalnya ketiak dan persendian. Meskipun kini standar kecantikan Korea semakin populer namun nampaknya akademisi Korea sudah menyadari bahwa konstruksi cantik putih Korea tersebut juga sebenarnya telah mengalami westernisasi (Leem,2017).

Ironisnya, kulit gelap di Indonesia diasosiasikan dengan kehidupan bekerja kasar dan kemiskinan pedesaan. Kulit putih dikaitkan dengan kehidupan modern yang lebih nyaman, jauh dari paparan sinar matahari. Warna kulit dengan demikian juga dianggap sebagai penanda kelas sosial. Tidak hanya kaum perempuan dan orang dewasa, pada akhirnya standar putih juga ditempelkan pada bayi dan anak-anak. Bahkan kesejahteraan seseorang telah diklaim dapat dilihat dari keadaan warna kulitnya, seperti pada kutipan riset problematis berikut ini:

“...Poor children are often described to have darker skin color, skinny figure, and shabby outlook. On the other hand, wealthy children are described to have lighter skin color (white), nice hairstyle, and tidy outlook and be fattish” (Marlina, C., Hermanus, E., & Lubis, S., 2017:26).

Pada sisi lain, ketatnya persaingan dunia hiburan khususnya dalam casting bayi menunjukkan preferensi serupa, melalui wawancara vice.id dengan koordinator casting iklan bayi dan balita di Jakarta, disebutkan bahwa syarat yang pertama untuk seorang bayi dapat menjadi bintang adalah harus memiliki kulit yang cerah (fair,bright,white) dan merona sebelum diikuti dengan kualitas yang lain (rambut tebal dan lain

sebagainya), artinya warna kulit dianggap pertama dan sangat krusial sebagai penentu tingkat kelucuan bayi- bayi di Indonesia (Marsha, Alia. vice.id:2018). Namun anehnya preferensi bentukan industri hiburan besar kembali muncul dalam fenomena bayi-bayi mikroseleb pada platform jejaring sosial TikTok. Alih-alih merangkul dan mengakomodasi beragam representasi pengguna TikTok dari berbagai ras di Indonesia, postingan TikTok Indonesia malah cenderung kembali mereproduksi tampilan bayi-bayi putih yang sangat sama dengan selera bentukan industri hiburan besar. Padahal Tiktok mengklaim pihaknya telah menggaransi kebebasan berkeaktifitas bagi pengguna untuk memposting videonya (TikTok Editorial Team, 2021).

Berbeda dengan Twitter, Facebook dan Instagram, TikTok mengajak para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri atau memodifikasinya dengan video orang lain. Artinya terdapat ruang eksplorasi kreatifitas pengguna yang khas dari aplikasi ini yang membedakannya dengan aplikasi serupa. TikTok (juga dikenal sebagai Douyin) adalah salah satu platform jejaring sosial asal Tiongkok yang menggabungkan fitur video dan musik, diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming (Ema Lee, technode.com:2017). Meski berangkat dari

problematisasi representasi bayi putih, penelitian ini bergerak ke arah kajian psikoanalisis dengan mengkaji postingan enam akun TikTok di tahun 2022 dalam melihat tren bayi putih sebagai dampak dari ketidaksadaran subjek yang dijelaskan melalui teori Psikoanalisis Jaques Lacan. Selain Lacan, penelitian ini juga meminjam pandangan pemikir yang dirujuk Lacan seperti Freud dan Kojève, serta pengembangan dari teori psikoanalisis seperti Christian Metz untuk mempertajam analisis.



Korpus penelitian ini adalah postingan pada akun @khoirusida, @fifialediyahya, @elysasigita, @mamaairan, @ibumuda0506, dan @azzuralluratwins. Akun-akun ini dipilih secara sengaja karena memiliki kemiripan jenis postingan yaitu khusus pada bayi, akun-akun tersebut merupakan akun milik ibu-ibu muda Indonesia yang menampilkan gejala serupa dalam menampilkan bayi-bayi yang putih meski dengan cara-cara beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri hasrat subjek dan bagaimana cara mereka mematerialisasi hasrat guna menjelaskan fenomena bayi-bayi putih di media TikTok. Penelitian ini membuka kemungkinan temuan dalam membaca gejala melalui teorisasi untuk membantu menjelaskan fenomena ikutan dalam fenomena tren bayi putih di TikTok sehingga mampu diabstraksi sebagai fenomena yang tidak sederhana. Hal ini penting untuk dikaji karena tren ini masif namun sangat bias representasi pada kelompok-kelompok tertentu di Indonesia yang sebenarnya memiliki keberagaman suku, ras serta keberagaman warna kulit.

Pada penelitian ini, tren bayi putih di media dilihat dan dimaknai sebagai salah satu implikasi dari ketidaksadaran subjek, artinya tren bayi-bayi putih di media di Indonesia oleh masyarakat dianggap sebagai fenomena natural, alamiah atau taken for granted karena problematikanya selalu bermula pada ketidaksadaran subjek namun hanya berhenti pada pembatasan subjek secara kolektif saja.

## LANDASAN TEORI

### Subjek Lacanian

Istilah subjek (sujet) hadir sejak awal tulisan psikoanalisis Lacan, dan sejak 1945 menempati bagian sentral dalam karya Lacan (Evans, 197:1996). Perbincangan tentang subjek umumnya mengemuka dalam obrolan tentang diri (self), The "I", dan individu, yang kemudian berujung pada persoalan identitas. Meski dalam perbincangan istilah subjek dan self seringkali dipertukarkan, namun keduanya

pada dasarnya mengindikasikan perbedaan secara epistemologis. Mengetahui perbedaan antara self dan subjek berfungsi untuk memahami paradigma yang digunakan Lacan dalam mengembangkan teorinya. Self merupakan konsep yang lahir dari pengetahuan di era Renaissance yang mengagungkan otonomisasi diri/individu. Jargon Cartesian terkenal dari filsuf Rene Descartes, cogito ergo sum - I think, therefore I am secara ringkas dapat menggambarkan apa itu self (Lacan, 1964:126).

Istilah 'unconscious' sebenarnya telah digunakan oleh penulis sebelum Freud, namun Freud memberikan pengertian khas pada istilah tersebut sehingga menjadi konsep penting dalam psikoanalisis. Freud membedakan antara dua penggunaan istilah unconscious. Sebagai kata benda dan sifat (Freud, 1915e). Pada 1950-an, Lacan merujuk pada Freud tentang konsep unconscious, dan Lacan semakin menekankan orisinalitas konsep Freud tentang unconscious, namun menekankan bahwa konsep itu bukan sekedar kebalikan dari conscious (Evans, 1996:219).

Pada tahun 1953, Lacan menetapkan perbedaan antara subjek dan ego yang menjadi salah satu perbedaan paling mendasar sepanjang sisa karyanya. Ego adalah bagian dari tatanan imaginary, subjek adalah bagian dari tatanan symbolic. Dengan demikian subjek tidak hanya setara dengan kesadaran akan agensi, yang merupakan ilusi belaka yang dihasilkan oleh ego, tetapi dengan unconscious. Subjek Lacan adalah subjek unconscious. Lacan berpendapat bahwa perbedaan ini dapat ditelusuri dengan melihat pemikiran Freud tentang Das Ich und das Es untuk membedakan antara subjek unconscious dan ego sebagaimana dibentuk oleh serangkaian identifikasi alienasi. (Lacan, 1977:128).

### Mirror Stage

Pada proses pembentukan subjek yang khas dan fundamental dalam pemikiran psikoanalisis Lacanian tidak lepas dari Mirror stage (stade du miroir) atau diterjemahkan



dalam bahasa Inggris sebagai the looking-glass phase. Tahapan tersebut adalah imaginary, symbolic dan real.[the mirror stage] a phenomenon to

which I assign a twofold value. In the first place, it has historical value as it marks a decisive turning-point in the mental development of the child. In the second place, it typifies an essential libidinal relationship with the body-image (Lacan, 1951b:14).

Mirror Stage atau fase cermin terjadi pada bayi dari usia enam hingga delapan belas bulan. Pada titik ini, proses identifikasi dimulai dan proses pembentukan subjek juga dimulai. Fase cermin menggambarkan pembentukan Ego melalui suatu proses identifikasi. Sebelum melewati fase cermin, bayi tidak merasa terpisah dari entitas luar lainnya, tidak ada unsur eksternal dan tidak mengenal batasan dan belum ada ada subjektivitas pada periode oedipal (Lacan, 1994:17).

### **Imaginary Order**

Pra-oedipal menurut Freud adalah masa dimana penyimpangan polimorf diatur oleh pleasure principal. Pada tahapan ini kenikmatan seksual dialami di tahap oral, anal, dan phallic. Sedangkan menurut Lacan pada tahapan tersebut adalah fase dimana mirror stage mulai memasuki fase imaginary order (Ott,L. Brian, 2010:170).

Bayi yang memasuki usia enam bulan, memiliki sistem koordinasi tubuh yang masih belum sempurna. Namun sistem visualnya relatif sudah maju, artinya pada usia ini bayi telah dapat mengenali dirinya di cermin sebelum mencapai kendali atas gerakan tubuhnya. Bayi melihat citranya sendiri secara keseluruhan, dan sintesis dari citra ini menghasilkan rasa kontras dengan koordinasi tubuh, yang dialami sebagai fragmented body atau tubuh yang terbagi (Lacan, 1993:39).

Ketika mirror stage dimulai, imaginary order menjadi dasar dasar pembentukan ego. Ego dibentuk dengan mengidentifikasi pantulan di cermin. Hubungan di mana ego dibentuk oleh identifikasi dengan little other adalah penanda

dari alienasi atau titik balik yang radikal sehingga alienasi adalah pokok dari tatanan imaginary (Lacan, 1993:146).

Tidak seperti istilah capital 'A' pada Big Other yang merepresentasikan perubahan radikal. Istilah objet (petit) a atau little other adalah liyan yang sama sekali bukan liyan, karena pada dasarnya digabungkan dengan ego, dalam suatu hubungan yang selalu refleksif, dapat dipertukarkan (Lacan, 1988:321).

Pada awal 1950-an, Lacan memperluas konsepnya dengan tidak lagi menganggap sederhana sebagai momen dalam kehidupan bayi saja, tetapi melihatnya juga mewakili struktur permanen dalam pembentukan subjektivitas (Evans, 1996:118). Paradigma Imaginary order; adalah stadium saat subjek secara permanen tertangkap dan terpicat oleh citranya sendiri. Imaginary adalah alam gambar dan imajinasi, penipuan (conception) dan iming-iming (lure). Ilusi utama dari imaginary adalah keutuhan (wholeness), sintesis, otonomi, dualitas dan kesamaan (similarity) (Evans, 1996:84).

### **Symbolic Order**

Pada masa post-oedipal menurut Freud adalah masa identitas ditentukan berdasarkan konstanta mengekang prinsip kesenangan sesuai dengan prinsip realitas. Sedangkan menurut Lacan pada tahapan tersebut adalah fase mirror stage memasuki fase symbolic order (Ott,L. Brian, 2010:170).

Dalam berbicara tentang symbolic, Lacan memperjelas konsepnya dengan merujuk pada karya antropologis Claude Lévi-Strauss (Lévi- Strauss, 1949a: 203). Secara khusus, Lacan mengambil dari Lévi-Strauss gagasan bahwa dunia sosial disusun oleh hukum-hukum tertentu yang mengatur pemberian dan pertukaran. Karena bentuk paling dasar dari pertukaran adalah komunikasi itu sendiri dan karena konsep hukum dan struktur tidak terpikirkan tanpa bahasa, maka symbolic pada dasarnya bekerja pada dimensi linguistik (Evans, 1996:203).



Pengamatan psikoanalisis memiliki struktur linguistik yang terkait pada tatanan symbolic. Namun, Lacan tidak begitu saja menyamakan tatanan symbolic dengan bahasa. Lacan melihat bahasa sebagai elemen mediasi yang memungkinkan subjek memperoleh pengakuan dari yang lain (Lacan, 1977:9).

Symbolic adalah tatanan yang dipengaruhi nilai dan hukum-hukum yang mengatur hasrat dalam Oedipus complex. Ini adalah tatanan budaya yang tunduk pada bahasa sebagai lawan dari imaginary. Saat bayi mulai mengenali bahasa, tatanan symbolic dimulai. Dalam tatanan symbolic, setelah mencapai tatanan bahasa, subjek juga mulai berinteraksi dengan hukum dan budaya eksternal, yang disebut Lacan sebagai 'the Big Other'. Transisi bayi dari imaginary order ke symbolic order juga tidak dapat dipisahkan dari apa yang Lacan anggap sebagai the-Name/Law-of-the-father. Ini adalah metafora untuk apa saja yang memisahkan bayi dari ibunya. Ayah adalah yang memaksakan hukum kepada anak bahwa dia tidak boleh terus menghasrati ibunya. Secara metafora paternal bekerja untuk menentukan apa yang seharusnya bagi bayi dalam melalui hukum dan wacana-wacana yang bekerja dalam tatanan bahasa, di mana satu penanda the-Law-of-the-father menggantikan yang lain (hasrat ibu) (Lacan, 1957–8b via Evans, 1996:122).

### **The Real Order**

Tatanan selanjutnya adalah the real order yang dirumuskan terakhir oleh Lacan. Dalam formulasi Lacan dalam periode tahun 1953–1955 ini, the real muncul sebagai sesuatu yang berada di luar bahasa dan tidak dapat diasimilasi dengan simbolisasi. The real adalah yang menolak simbolisasi secara mutlak dan sebenarnya adalah domain yang ada di luar simbolisasi. Pemahaman ini tetap konstan sepanjang sisa karya Lacan, dan membuat Lacan menghubungkan the real dengan konsep impossibility. The real adalah 'the impossible' karena tidak mungkin dibayangkan, tidak mungkin diintegrasikan ke dalam tatanan

symbolic, dan tidak mungkin dicapai dengan cara apa pun. Ini adalah karakter dari ketidakmungkinan dan resistensi terhadap simbolisasi yang memberikan kualitas the real (Lacan, 1977:167).

Singkatnya, the real adalah tahap pra-linguistik, keadaan yang utuh, tidak terbagi dan tidak bercelah; keadaan yang dirindukan subjek dan yang menjadi tujuan utama pemenuhan keinginan. Posisinya pada level non-verbal membuat the real menjadi tidak mungkin. Namun Lacan menggunakan konsep real untuk menjelaskan beberapa hal fenomena klinis seperti anxiety dan halusinasi (Evans, 1996:162-3).

### **Lack dan Desire**

Konsep lack (manque) atau kekurangan pada dasarnya lekat pada 'lack of being' (kekurangan menjadi) yang diterjemahkan Sheridan sebagai 'want-to-be' dan oleh Schneiderman sebagai 'want of being' yang pada akhirnya mengarah pada hasrat menjadi (desire to be). Lacan membedakan lack of being yang mengarah pada hasrat dengan lack of having yang nantinya mengacu pada demand (permintaan) (Lacan, 1977:259).

Lacan membedakan antara tiga jenis lack sesuai dengan sifat objeknya, Symbolic castration, imaginary frustration, dan real privation (Lacan, 1994: 269). Dari ketiga bentuk kekurangan ini, kastrasi atau pengebirian adalah yang paling penting dan lack cenderung identik dengan kastrasi (Evans, 1996:98).

Pantulan subjek pada tahap mirror stage yang utuh menjadi 'imaginary ideal I/self' bagi subjek, sementara subjek merasa dirinya tidaklah seperti itu, tapi terfragmentasi (fragmented body). Dari situ terjadi misrecognition yang kemudian memunculkan lack. Desire (desir) atau hasrat adalah produk dari lack yang secara pasti dimiliki subjek. Proses identifikasi subjek yang gagal pada saat mirror stage karena terjadinya misrecognition menyebabkan timbulnya lack pada subjek. Lack itulah yang kemudian memunculkan



hasrat untuk menutupinya. Hasrat untuk menjadi ideal self yang tampak pada pantulan cermin. Karena keterkaitan hasrat dengan pantulan dalam cermin yang berada di luar subjek, maka dikatakan bahwa hasrat selalu terkait dengan liyan/other (Lacan, 1991:139).

### **Bayi Putih Sebagai Ideal Other: Sebuah Hasrat Pengakuan**

Proses analisis terhadap enam akun TikTok pada tahapan ini mengikuti pemikiran Lacan dengan mengenali symptom atau gejala. Namun symptom ini tidak sama seperti pada pendekatan medis (Lacan, 1977:59). Pada mirror stage, Lacan membedakan antara identifikasi imaginary dan identifikasi symbolic. Pada identifikasi imaginary, subjek tidak berada pada tatanan symbolic bahasa, sehingga yang dapat dilakukan adalah dengan mengamati kesamaan symptom subjek. Perilaku identifikasi imaginary tersebut adalah perilaku saat subjek melakukan scrolling sebagai pengguna TikTok. Karena bagaimanapun sebelum seseorang membuat konten pasti akan scrolling dan melakukan pengamatan terlebih dahulu. Ketika para subjek melihat pantulannya di cermin imaginary FYP TikTok, mereka mengidentifikasi diri sebagai ibu dan sebagai diri bayi. Bayi belum memiliki subjektivitas dan koordinasi sempurna terhadap tubuhnya maka bayi masih dalam otoritas subjek ibu.

Kepanjangan FYP adalah For You Page dan merujuk ke halaman di TikTok yang menampilkan rekomendasi video untuk tiap akun, secara harfiah arti FYP adalah munculnya konten di halaman FYP orang lain (Stephanie, tekno.kompas, 2021). Konstitusi ego dengan identifikasi mereka terhadap para liyan yang ada di dalam cermin FYP TikTok kemudian membentuk subjek sebagai saingan dengan dirinya sendiri dan dengan demikian melibatkan agresivitas dan alienasi. Tahap ini merupakan identifikasi primer, dan melahirkan ego ganda para subjek yaitu sebagai ibu ideal dan sebagai bayi ideal.

Cinta ditempatkan oleh Lacan sebagai fenomena imaginary, meskipun cinta memiliki efek besar dalam tatanan symbolic (Lacan, 1988:142). Sebagai ibu ideal maka para subjek sudah memiliki benih untuk mendaku “cinta pada bayinya”. Kesalahan pengenalan pada tahapan ini menghasilkan lack pada posisi awal subjek sehingga subjek merasa diri mereka kurang ideal, karena kurang total dalam mengartikulasikan cinta mereka terhadap bayi. Tahapan kedua adalah identifikasi symbolic, adalah identifikasi dengan ayah pada tahap akhir Oedipus Complex yang memunculkan pembentukan ego-ideal. Lacan menjelaskan identifikasi symbolic sebagai identifikasi dengan penanda. Dua jenis identifikasi pertama adalah dengan objek cinta atau dengan saingan. Para subjek merasa diri mereka kurang ideal, karena kurang dalam mengartikulasikan cinta mereka terhadap bayi sedangkan ibu-ibu liyan di FYP TikTok melakukannya, itu adalah hasil identifikasi dengan objek cinta dan saingan.

Subjek sebelumnya telah mendapatkan kuasa phallus dengan cara memiliki bayi, namun pencapaian tersebut kembali mentah dengan munculnya lack saat subjek melihat postingan liyan dalam menghasrati bayinya di FYP TikTok. Pada tahapan symbolic, proses identifikasi memunculkan kompleksitas yang radikal dengan adanya penanda dan bahasa, sedangkan bahasa tunduk pada the-Law-of-the-father. Singkatnya pada tahapan ini peneliti berfokus untuk melihat keterbelahan subjek symbolic pada postingan TikTok dalam membentuk ego-ideal subjek akibat pengenalan dengan liyan, yaitu objet petit a dan Big Other yang meregulasi subjek. Salah satu pemikiran enigmatik Lacan yang terkenal antara lain adalah “The unconscious is the discourse of the Other” (Lacan, 1966:16).

Ibu-ibu muda dalam enam akun TikToksnya merupakan subjek berkekurangan yang secara simultan melihat TikTok sebagai cermin dalam melihat refleksi bayi, namun kali ini lebih kompleks karena berada pada tatanan



symbolic. Bayi putih sebagai liyan di FYP TikTok adalah pantulan yang dilihat oleh subjek dalam cermin symbolic, karena pantulan di cermin bayi-bayi liyan itu dianggap lebih ideal: Ego ideal subjek untuk menjadi ibu dengan bayi yang ideal, hal ini memunculkan lack yang kompleks ketika subjek mengenali pantulan bayinya dengan objek petit a yang tunduk/diregulasi the-Law-of-the-father.

Dalam menampilkan bayi-bayi putih di TikTok, seluruh akun menunjukkan gejala yang sama. Salah satu contohnya dapat dilihat pada akun @azzuralluratwins. Akun ini merupakan akun khusus yang menampilkan bayi kembar Azzura dan Allura, memiliki pengikut sejumlah 107 ribuan dan telah mengumpulkan total 2 juta like hingga Desember 2022. Sang ibu sebagai subjek pengelola akun ini memiliki hasrat yang pada dasarnya adalah desire of the Other's desire. Artinya hasrat ibu si kembar Azzura dan Allura adalah untuk menjadi objek hasrat orang lain, dan hasrat tersebut untuk diakui/direkognisi oleh orang lain dalam hal ini adalah pengguna Tiktok. Lacan merujuk pemikiran ini dari Hegel (Kojève, 1947:6).



**Gambar.1. Tangkapan layar akun @azzuralluratwins**

Untuk mencapainya, Ibu si Kembar Azzura dan Allura tunduk pada the-Law-of-the-father dan Big Other. Artinya kriteria tubuh

bayi kembar yang tampil putih dalam akun tersebut dapat viral hingga mampu menghimpun banyak like oleh karena ketundukan subjek terhadap the-Law-of-the-father bentukan Big Other yang bahkan meregulasi para pengguna TikTok dalam skala besar dan terhubung di dunia maya.

Ibu si kembar terus mereproduksi postingan bayi yang putih dan ceria dalam akun TikTiknya guna dapat direkognisi dan diikuti oleh pengguna lain. Hasrat rekognisi dalam menghadirkan otoritas terhadap bayinya tidak disimpan sendiri, namun diwujudkan secara symbolic dalam postingan TikTok. Karena pleasure principle adalah larangan inses (Lacan, 1992 via Evans, 1996:150), ibu si kembar membiarkan orang lain di TikTok untuk melihat/menghasrati postingan saat subjek sedang menghasrati dan mencintai bayi kembar yang (terus menerus diusahakan menjadi) putih ideal di akun TikTiknya, disitulah hasrat rekognisi atau pengakuan ibu si kembar didudukkan dalam fenomena fenomena bayi-bayi putih di media Indonesia, khususnya **Materialisasi HasratSubjek Dalam Video Tiktok**

Pada postingan enam akun TikTok, ditemukan bahwa seluruh subjek menampilkan berbagai produk perawatan kulit untuk merawat tubuh bayinya dan ditampilkan di TikTok. Untuk membahasnya, dapat diamati akun subjek @khuiruroside yang merupakan ibu dari bayi perempuan bernama Gia. Akun ini telah memiliki 34 ribu pengikut dengan jumlah like sebanyak 1,1 juta. Sama seperti akun @azzuralluratwins, akun ini juga menampilkan bayi Gia yang putih di TikTok. Bayi putih sebagai liyan di FYP TikTok adalah pantulan yang dilihat oleh ibu Gia dalam proses identifikasi dalam tatanan symbolic.

Hal ini memunculkan lack ketika ibu Gia mengenali pantulan bayi Gia dengan objek petit a dan Big Other yang tunduk/diregulasi the-law-of-the-father. Lack tersebut kemudian memunculkan hasrat ibu Gia. Hasrat menggerakkan demand sebagai upaya ibu Gia



dalam menutupi lack. Kriteria tubuh bayi yang putih merupakan kriteria the-Law-of-the-father bentukan Big Other.

Ibu Gia yang menyadari bahwa keadaan nyata bayinya tidak selalu sempurna, seprima dan tidak se-ideal seperti bayi-bayi yang banyak nampak dalam FYP TikTok, hal tersebut merupakan lack yang memunculkan hasrat dan kemudian menggerakkan demand untuk melakukan praktik pendisiplinan terhadap tubuh bayi Gia agar bayi Gia dapat menjadi tampak putih dan ideal sesuai kemauan dan kriteria the-law-of-the-father bentukan Big Other. Hal ini dapat dilihat pada postingan ibu Gia pada tanggal 27 Juli 2022 yang menampilkan teks berikut:

“Anakku mau 4 bulan habis inkubator kok masih item gimana caranya biar balik putih lagi?”



**Gambar.2. Tangkapan layar akun @khourusida**

Pada awal video tersebut ditampilkan kulit Gia berwarna gelap dan ditampilkan tanpa senyuman. Selanjutnya ibu Gia memberikan bayinya beberapa jenis krim untuk wajah dan tubuh bayi Gia. Setelah dipakaikan krim maka ditampilkan bayi Gia yang berangsur angsur menjadi putih dan tampak bahagia. Bayi Gia yang belum memiliki subjektivitas dan

koordinasi sempurna terhadap tubuhnya maka bayi Gia masih dalam otoritas subjek ibu maka tidak mampu menolak praktik yang dilakukan ibu Gia terhadapnya.

Postingan serupa juga dapat ditemui dalam empat akun TikTok yang lain dengan berbagai macam produk dan merk yang berbeda-beda. Artinya ibu Gia dan empat subjek lainnya tunduk pada tampilan bayi putih sebagai the-Law-of-the-father yang sebenarnya merupakan bentukan Big Other. Big Other yang meregulasi subjek dalam tren pendisiplinan tubuh bayi melalui penggunaan skincare bayi di TikTok ini adalah industri kapital dalam berbagai merk skincare bayi.



**Gambar.3. Tangkapan layar akun @fifialediyahya**

Contohnya dapat dilihat pada tangkapan layar akun @fifialediyahya yang merupakan ibu dari bayi bernama Shabira Aurora yang dalam satu kali tangkapan layarnya dapat menampilkan puluhan merk skincare bayi yang dicobakan pada seluruh tubuh bayi Shabira Aurora. Mulai dari produk shampo, sabun, krim pelembab, body lotion, krim popok, vitamin rambut, minyak telon, parfum bayi dan lain sebagainya. Sehingga materialisasi hasrat subjek dalam sistem TikTok sangat kental dipengaruhi/diregulasi oleh sistem



endorsement sebagai the-Law-of-the-father oleh Big Other kapitalis.

Saat objek petit a bersifat tunggal, Big Other yang meregulasi subjek dalam sebuah proses identifikasi di tatanan symbolic begitu kompleks dan tidak pernah tunggal. Salah satu contohnya dapat dilihat pada postingan akun @mamaairan. Akun yang dimiliki oleh ibu dari bayi laki-laki bernama Rayyan. Saat ada Big Other kapitalis yang menundukkan ibu Rayyan, pada saat yang bersamaan ibu Rayyan juga tunduk pada norma agama. Pada postingan ini diperlihatkan agama ibu Rayyan yaitu Islam yang dapat dibaca melalui teks antara lain “hamba Allah” dan “Ucapkan Masya Allah”.



**Gambar.4.Tangkapan layar akun @mamaairan**

Pada postingan @mamaairan dapat dianalisis bahwa norma-norma agama Islam menjadi the-law-of-the-father sekaligus Tuhan sebagai Big Other yang meregulasi tingkah laku ibu Rayyan dalam alam Tiktok. Meski mengaku sebagai seorang Ateis, Lacan pernah menggunakan istilah 'Tuhan' sebagai metafora untuk Big Other (Lacan, 1975 via Evans, 1996:166). Hal ini turut dianalisis guna memberikan contoh bahwa Big Other yang meregulasi subjek dapat dalam berbagai bentuk dan bekerja bersamaan dalam sebuah proses pembentukan subjek.

Meski tidak dianggap sebagai film dalam pengertian konvensional, video pendek yang

ada dalam Tiktok telah mengalami proses produksi yang sama-sama diambil melalui lensa kamera dan melewati tahapan editing hingga pada akhirnya muncul produk video jadi yang dapat diunggah/didistribusikan. Metz mengklaim bahwa pemirsa tahu bahwa mereka tidak melihat diri di layar/cermin, tetapi beresonansi dengan tahap cermin yang sebenarnya proses memahami dan mengidentifikasi dengan gambar di luar diri mereka sendiri menyetarakan diri mereka sendiri dengan cakupan kamera dan penampilan karakter (Metz via Ott,L. Brian, 2010:172).Fitur filter atau penyaring dalam TikTok yang

mampu memutihkan/menghaluskan tampilan kulit dalam video dengan cara yang instan. Seluruh akun Tiktok dalam korpus penelitian ini terdeteksi menggunakan fitur filter dalam postingan mereka. Pleasure principle bagi Lacan berfungsi sebagai batas kenikmatan. Hal tersebut adalah hukum yang mengontrol subjek untuk 'menikmati sesedikit mungkin' (Lacan via Evans, 1996:150). Pada saat yang sama, subjek dengan menggunakan filter Tiktok terus-menerus berusaha untuk melanggar larangan yang dikenakan pada kesenangan skopofilia untuk melampaui Pleasure principle. Hasilnya, bayi-bayi tampil menjadi tampak putih mulus siap dijadikan objek tontonan tanpa harus menunggu perawatan dengan skincare.

Namun, hasil dari pelanggaran terhadap prinsip kesenangan sejatinya bukan lebih banyak kesenangan, tetapi rasa sakit, karena hanya ada sejumlah kesenangan yang dapat ditanggung oleh subjek. Di luar batas ini, kesenangan menjadi rasa sakit, dan 'kesenangan yang menyakitkan' inilah yang disebut jouissance (Lacan, 1959:184).

Penggunaan filter adalah usaha penikmatan untuk menutupi keadaan yang sebenarnya, cela masih ada namun ditutupi menggunakan ilusi. Sehingga subjek merasa tidak percaya diri tanpa filter. Filter sebagai jouissance dengan demikian mengekspresikan



dengan baik kepuasan paradoks bahwa penderitaan yang diperoleh bermula dari kepuasannya sendiri (Evans, 1996:93). Meski demikian, penggunaan filter TikTok yang berlebihan dapat berpengaruh pada berkurangnya kenikmatan skopofilia karena penonton merasa apa yang dilihat bukan penampakan kulit telanjang melainkan terselubung filter, hal ini berkaitan erat dengan hasrat yang tidak akan pernah terpuaskan.

### Subjek Dalam Praktik Masokisme

Metz mengklaim bahwa pemirsa mendapatkan pleasure dalam proses melihat atau skopofilia (Metz via Ott, L.Brian, 2010:174). Istilah sadisme dan masokisme diciptakan oleh Krafft-Ebing pada tahun 1893, dengan mengacu pada Marquis de Sade dan Baron Sacher von Masoch (Evans, 1996:171). Pada kasus ini dapat dilihat pada akun @ibumuda0506 yang memakaikan krim kosmetik dewasa merk K\*lly pada bayi, hingga percobaan penggunaan produk lulur pemutih pada bayi pada akun @elysasigita.



**Gambar.5. Tangkapan layar akun @ibumuda0506**

Mengingat kembali bahwa hasrat sejatinya tidak akan pernah berhenti terpuaskan, maka pada saat praktik pendisiplinan bayi dan endorsement terus menerus dipaksakan melalui percobaan

berbagai macam produk maka hal tersebut dapat menjadi malapetaka sadisme/masokisme. Semuanya itu terjadi dalam ketundukan subjek terhadap the-Law-of-the-father dan Big Other dalam meregulasi tampilan bayi dalam postingan video Tiktok.

Masokisme/sadisme menempati tempat khusus di antara penyimpangan yang disebut 'pengalaman-batas' dalam upaya untuk melampaui prinsip kesenangan. Sementara masokis lebih suka mengalami rasa sakit keberadaan di tubuhnya sendiri, sadisme menolak rasa sakit ini dan memaksa liyan untuk menanggungnya (Lacan, 1977:183).

Pada kasus ini kenikmatan masokis/sadis adalah ketika subjek mendisiplinkan tubuh bayinya melalui otoritas subjek, sementara kenikmatan sadisme adalah bagi penonton postingan akun @elysasigita dan @ibumuda0506 yang menolak rasa sakit namun menikmati saat bayi dalam akun tersebut menanggungnya.

Metz menjelaskan bahwa kesenangan adalah tentang bagaimana praktik mengkonsumsi dan bagaimana akan terjadi dan terus terjadi dan bukan pada saat terjadi (Metz, 1982:70). Artinya, kenikmatan skopofilia dalam menonton review produk atau praktik percobaan produk pada bayi tidak akan secepatnya berhenti, melainkan bergerak pada percobaan beragam produk lain mulai dari yang wajar hingga pada tingkatan yang ekstrim. Pengalaman berjejaring sosial subjek yang mendatangkan pundi uang juga mempengaruhi perilaku ini. Artinya dalam rentang waktu singkat saat usia bayi masih dianggap lucu, para bayi akan selalu diperah/didisiplinkan sebagai objek kamera demi pemuasan hasrat orangtua/pengasuhnya, bekerja mencari uang melalui endorse maupun mengejar viewers, like dan followers.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Tren bayi putih di media yang dianalisis dalam enam akun TikTok menggunakan



psikoanalisis Lacan menunjukkan bahwa fenomena ini terjadi akibat subjek berkekurangan terus berusaha memenuhi hasratnya melalui TikTok secara bersamaan sehingga bayi putih mampu membanjiri FYP TikTok Indonesia secara masif dalam kurun waktu singkat. Pada praktiknya, usaha memuaskan hasrat subjek melalui TikTok tidak sederhana, karena subjek akan selalu ditundukkan oleh Big Other yang tidak pernah tunggal dalam meregulasi perilaku subjek di alam TikTok, serta oleh keberadaan konten TikToker lain sebagai pesaing.

Ketidaksadaran membuat subjek merasa bahwa bayi dengan tampilan putih harus diraih dalam berbagai cara utamanya dengan cara membeli produk perawatan bayi. Cinta bayi juga artinya harus selalu membeli produk perawatan dan mencobakannya pada bayi hingga didapatkan produk yang cocok. Dalam kepatuhan subjek, tren ini rentan terhadap sadisme/masokisme yang bekerja secara halus melalui praktik pendisiplinan tubuh bayi yang belum bisa melakukan perlawanan. Pada tahapan ini sadisme/masokisme atas nama kapitalis menyerang ketidaksadaran subjek dengan praktik konsumsi produk kapitalis bayi. Akhirnya, fenomena bayi putih di media Tiktok dapat dimaknai sebagai praktik kekejaman pada bayi yang sedang menyamar menjadi tontonan yang ‘aman’ untuk diikuti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Evans, Dylan. 1996. *An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis*. London&Newyork: Routledge.
- [2] Freud, Sigmund. (1905e [1901]) ‘Fragment of an Analysis of a Case of Hysteria’.
- [3] Freud, Sigmund. 1970. *An Outline of Psycho- Analysis*, trans. J. Strachey. New York:
- [4] W.W. Norton & Company.
- [5] Keiji Sugiura, Mariko Sugiura. *Are Women with Fairskin (Whitened Skin) Beautiful?*
- [6] *Perspectives In Asia*. Int J Clin Dermatol Res. 2021
- [7] Kojève, Alexandre (1947 [1933–39]) *Introduction to the Reading of Hegel*, trans. James H. Nichols Jr., New York and London: Basic Books, 1969.
- [8] Lacan, Jacques. *Écrits*, Paris: Seuil, 1966  
Lacan, Jacques. *Le Séminaire. Livre IV. La*
- [9] *relation d’objet, 1956–57*, ed. Jacques-Alain Miller, Paris: Seuil, 1994.
- [10] Lacan, Jacques *the Seminar. Book I. Freud’s Papers on Technique, 1953–54*, trans, with notes by John Forrester, New York: Norton; Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- [11] Lacan, Jacques. *The Seminar. Book VII. The Ethics of Psychoanalysis, 1959–60*, trans. Dennis Porter, notes by Dennis Porter, London: Routledge, 1992.
- [12] Lacan Jaques, *The Seminar. Book III. The Psychoses, 1955–56*, trans. Russell Grigg, notes by Russell Grigg, London: Routledge, 1993.
- [13] Lacan, Jacques. *Le Séminaire. Livre IV. La relation d’objet, 1956–57*, ed. Jacques-Alain Miller, Paris: Seuil, 1994.
- [14] Lacan, Jacques. *The Seminar. Book XI. The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis, 1964*, trans. Alan Sheridan, London: Hogarth Press and Institute of Psycho-Analysis, 1977.
- [15] Lacan, Jacques. 1972–73. *Le Séminaire. Livre*
- [16] *XX. Encore*, ed. Jacques-Alain Miller, Paris: Seuil, 1975.
- [17] Levi-Strauss, Claude, 1949a. ‘The effectiveness of symbols’, in *Structural Anthropology*, trans. Claire Jacobson and Brooke Grundfest Schoepf, New York: Basic Books, 1963.
- [18] Marlina, C., Hermanus, E., & Lubis, S. (2017). *Urban Child Poverty and Disparity: The Unheard Voices of Children living in Poverty in Indonesia*.



- [19] Metz, Christian. *The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema*, trans. C. Britton, A. Williams, B. Brewster, and A. Guzzetti (Bloomington, IN: Indiana University Press, 1982).
- [20] Ott, Brian L. & Mack, Robert L. 2010. *Critical Media Studies: An Introduction*. Sussex, UK: Wiley- Blackwell.
- [21] Saraswati, Ayu, L. 2013. *Putih: Warna Kulit, Ras, Dan Kecantikan di Indonesia Transnasional*. diterjemahkan oleh Ninus D. Andarnuswari. Serpong: Marjin Kiri.
- [22] So-Yeon Leem, *Gangnam-Style Plastic Surgery: The Science of Westernized Beauty in South Korea*. *Medical Anthropology Cross-Cultural Studies in Health and Illness*. Volume 36, 2017
- [23] Lee, Ema. 2017. "Toutiao Parent Launches Global Competitor to musical.ly" diakses 11-12-2022, 11:30 WIB.  
<https://technode.com/2017/09/14/toutiao-backed-douyin-launches-competitor-to-musical-ly-tik-tok/>
- [24] Marsha, Alia. 2018. "Kalian kira semua bayi lucu bisa jadi model iklan? kagak standarnya berat banget". diakses 10-12-2022, 10:30 WIB.
- [25] <https://www.vice.com/id/article/qve55x/kalian-kira-semua-bayi-lucu-bisa-jadi-model-iklan-kagak-standarnya-berat-banget>
- [26] Stephanie, Connie. 2021. "Apa tu FYP di Tiktok dan bagaimana cara kerjanya" diakses 11-12-2022, 12:30 WIB
- [27] <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya-?page=all>
- [28] TikTok Editorial Team, 2021. *Always On: How to get creative on TikTok*. <https://www.tiktok.com/business/en/blog/always-on-how-to-get-creative-on-tiktok>