

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan era revolusi industri 4.0 ini terus mempengaruhi perilaku dan cara pandang seseorang terhadap segala sesuatu. Dibandingkan dengan setidaknya sepuluh tahun terakhir, perempuan Indonesia jelas mengalami kemajuan yang signifikan. Kini makin banyak perempuan yang mulai berani bersuara, beropini dan berani untuk turut andil dalam berbagai kegiatan di masyarakat. Namun meski begitu, masih banyak permasalahan yang dihadapi perempuan terkait isu perempuan yang ada di masyarakat, mulai dari kekerasan seksual baik verbal maupun non verbal, diskriminasi gender, dan berbagai isu lainnya. Salah satu isu yang sangat menjadi perhatian yaitu isu mengenai standar kecantikan yang berkembang di masyarakat yang menjadi permasalahan yang dialami oleh banyak perempuan Indonesia (Mahanani et al., 2020).

Kecantikan sangat identik dengan seorang perempuan dan menjadi cantik adalah impian semua perempuan, meskipun kecantikan sering dikatakan relatif dan berbeda-beda pada setiap orang, tetapi berbeda pada kenyataannya, kebanyakan orang menerapkan standar tertentu untuk mendefinisikan kecantikan seseorang. Hal tersebut yang membuat kebanyakan perempuan berusaha memenuhi standar kecantikan yang ada agar dapat terlihat cantik menurut pandangan masyarakat kebanyakan bukan cantik menurut dirinya sendiri (Rahardaya, 2021).

Salah satu penyebab terbentuknya standar kecantikan tersebut yaitu adanya pengaruh dari media massa. Secara tidak langsung, media berperan dalam membentuk konstruksi sosial yang berkembang di masyarakat. Contoh yang paling sederhana yaitu terlihat dari bagaimana media massa sejak dulu hingga sekarang sering menampilkan model atau selebriti yang berkulit putih dan mulus, berbadan tinggi, berkaki jenjang, dengan berat badan ideal, memiliki lekuk tubuh yang indah dan fisik yang sempurna sebagai model iklan, sampul majalah, bintang film, maupun *brand ambassador* produk kecantikan yang sering kita tonton. Paparan informasi yang sama dan terus menerus tersebut lama kelamaan dapat

mempengaruhi pemikiran audiens dan membentuk persepsi yang sama di masyarakat. Tanpa kita sadari, media berperan besar dalam menanamkan persepsi mengenai kecantikan di masyarakat. Penggambaran cantik di media massa yang seperti itu secara terus menerus lama kelamaan membuat pemaknaan cantik bagi kebanyakan orang adalah seperti model yang biasa kita lihat di media, hal tersebutlah yang membentuk adanya standar kecantikan di Indonesia (Rahardaya, 2021).

Sebuah klinik kecantikan yang cukup terkenal di Indonesia, ZAP Clinic, bersama dengan MarkPlus, Inc beberapa waktu yang lalu melakukan sebuah survei *online* kepada 6.460 perempuan Indonesia yang berusia 15-65 tahun sebagai responden. Survei tersebut dilakukan untuk mengetahui pandangan perempuan Indonesia dalam berbagai hal mengenai dunia kecantikan, seperti kebiasaan merawat diri, kepedulian terhadap kesehatan mental, hingga definisi cantik menurut mereka. Hasil survei ZAP Beauty Index (2021) menunjukkan 60.0% perempuan berpendapat bahwa mereka merasa cantik apabila memiliki kulit cerah dan *glowing* dibandingkan merasa bahagia yang hanya mendapat 56.0% voting, dan 67.1% perempuan menganggap bahwa mereka merasa lebih cantik apabila mempunyai kulit wajah yang bersih dan mulus (tanpa bekas jerawat, tanpa flek, dan sebagainya). Demi mendapatkan kulit wajah yang mulus tersebut, 71.6% perempuan melakukan *treatment* koreksi wajah dengan alasan memperbaiki kekurangan pada wajah atau tubuh serta 68.5% perempuan melakukan koreksi wajah untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Berdasarkan hasil survei tersebut membuktikan bahwa sebagian besar perempuan sangat memperhatikan penampilan fisiknya terutama pada bagian wajah dengan alasan untuk meningkatkan kepercayaan dirinya dari pandangan masyarakat. Hal tersebut terlihat dari banyaknya perempuan yang tertarik untuk melakukan *treatment* koreksi wajah agar memiliki kulit yang mulus, cerah, dan *glowing* seperti selebriti, maupun *brand ambassador* produk kecantikan sebagai patokan standar cantik mereka. Mereka akan merasa aman dan lebih percaya diri dengan berusaha memenuhi standar kecantikan tersebut. Menurut pendapat sebagian besar perempuan yang telah melakukan survei tersebut, dibandingkan

dengan merasa bahagia, mereka akan merasa lebih cantik ketika mereka bisa memenuhi standar kecantikan yang ada.

Selain untuk mendapatkan kepercayaan dirinya maupun validasi dari masyarakat, alasan mereka terus berusaha memenuhi standar kecantikan yaitu didorong juga karena fenomena *beauty privilege* di masyarakat yang mereka yakini benar adanya, mereka yang dianggap telah memenuhi standar kecantikan akan mendapatkan hak istimewa yang tidak didapatkan oleh mereka yang berpenampilan biasa saja. Mereka yang paling mendekati standar kecantikan akan dianggap semakin istimewa oleh orang di sekitarnya, tak terkecuali di lingkungan kerja. Hal ini dibuktikan melalui hasil riset pada tahun 2015 yang dilakukan oleh Eva Sierminka, seorang peneliti dan kepala Program Studi Pascasarjana di Institut Sosial-Ekonomi Luxembourg.

Riset tersebut membuktikan bahwa pekerja yang berpenampilan menarik memiliki penghasilan 15% lebih besar dibandingkan pekerja yang kurang atau tidak menarik. Hal tersebutlah yang membuat mereka berusaha keras memperhatikan penampilannya, dapat dilihat juga dari hasil survei mengenai *body positivity* yang dilakukan oleh Parapuan pada Maret 2022 lalu terhadap 771 perempuan Indonesia sebagai responden, yang mana sebanyak 41.6% perempuan tidak berani untuk tampil apa adanya dengan alasan takut tidak bisa mendapatkan kesempatan yang lebih luas dalam karir/pekerjaannya. Sedangkan 28.2% responden tidak puas dengan tubuhnya karena mereka percaya adanya *beauty privilege* (Nabila, 2022).

Terkait perempuan dalam bidang pekerjaan, Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA), Bintang Puspayoga, dalam *Global Summit on Gender-Responsive Public Procurement* dengan tema "*Covid and the Importance of Gender-Responsive Public Procurement as Part of the Recovery*", mengatakan bahwa terdapat kesenjangan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan di dunia kerja, yaitu hanya 53% perempuan usia kerja yang berpartisipasi dalam angkatan kerja sedangkan laki-laki mencapai hingga 82%. Terdapat pula kesenjangan upah antara laki-laki dan perempuan, laki-laki memiliki penghasilan 20-23% lebih banyak dibandingkan perempuan. Hal tersebut bukan terjadi akibat perbedaan pendidikan atau keterampilan saja, namun juga adanya

keyakinan mengenai jenis peran yang dapat dilakukan oleh perempuan dan laki-laki yang sebagian besar merupakan hasil dari diskriminasi (Kemenpppa.go.id, 2022).

Selain pada dunia kerja, diskriminasi atau isu-isu perempuan juga banyak terjadi di masyarakat terkait dengan adanya mitos kecantikan yang kemudian menjadi sangat berpengaruh di kehidupan sosialnya. Beberapa kasus diskriminasi yang peneliti temukan diantaranya adalah seperti di berita-berita berikut.

Tabel 1.1 Kasus-kasus terkait mitos kecantikan

Berita/kasus	Sumber
	<p>Detik.com. (2022, September 30). <i>Accessed on November 10, 2022.</i></p>
	<p>Food.detik.com. (2021, August 18). <i>Accessed on November 10, 2022.</i></p>
	<p>Liputan6.com. (2021, November 02). <i>Accessed on November 11, 2022.</i></p>

	<p>Suara.com. (2022, November 16). <i>Accessed on November 18, 2022.</i></p>
	<p>Metro.tempo.co. (2022, September 01). <i>Accessed on November 12, 2022.</i></p>
	<p>Rmolsumsel.id. (2022, May 05). <i>Accessed on November 12, 2022.</i></p>

Sumber: Olahan Peneliti

Melihat dari kasus-kasus di atas, dapat dikatakan bahwa kecantikan itu benar-benar penting di masyarakat dan mitos kecantikan memang benar adanya, karena ketika perempuan yang tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada di masyarakat, kebanyakan dari mereka akan mengalami diskriminasi hingga kekerasan baik verbal maupun non verbal.

Kasus-kasus tersebut menjadi salah satu alasan peneliti tertarik dengan isu mengenai standar kecantikan atau mitos kecantikan di masyarakat. Selain itu, peneliti tertarik mengambil isu tersebut disebabkan juga karena peneliti memiliki pengalaman serupa mengenai *beauty privilege* yang peneliti rasakan, yaitu adanya perbedaan perlakuan dari seseorang yang disebabkan karena penampilan. Sebelum peneliti bisa menjaga penampilan, peneliti kerap kali diabaikan dan mendapat perlakuan yang kurang mengenankan, namun ketika peneliti sudah bisa menjaga penampilan, orang tersebut mulai menganggap adanya keberadaan peneliti dan

mulai memperlakukan peneliti dengan baik. Hal tersebutlah yang kemudian mendorong peneliti untuk meneliti isu mengenai standar atau mitos kecantikan di masyarakat.

Menurut Polivy & Herman (dalam Sekarwening, 2021) adanya standar kecantikan dan pandangan masyarakat yang seperti itu membuat kalangan perempuan tidak bisa bebas dalam menentukan bagaimana mereka berpenampilan dan berperilaku sehingga mereka berusaha untuk memenuhi standar tersebut agar terhindar dari perasaan kurang aman yang dapat timbul sewaktu-waktu. Adanya perbedaan perlakuan di masyarakat terhadap seseorang yang mereka anggap cantik dan tidak sangat berpengaruh pada tingkat kepercayaan diri perempuan apabila mereka tidak dapat memenuhi standar kecantikan yang ada di masyarakat. Sehingga mereka mencoba untuk selalu memenuhi standar kecantikan yang sudah tertanam di masyarakat.

Pemikiran seperti itulah yang memperkuat anggapan bahwa mitos kecantikan tersebut memang benar adanya dan semua perempuan wajib untuk memenuhi standar kecantikan tersebut apabila ingin dianggap cantik dan mendapatkan validasi dari masyarakat. Oleh karena itu, menjadi hal yang menarik apabila penampilan yang tidak mengikuti standar kecantikan ini diunggah/didukung oleh selebriti atau *public figure* yang memiliki nama besar di masyarakat. Salah satunya yaitu seperti yang dilakukan oleh musisi-musisi Indonesia yang mengangkat isu perempuan atau standar kecantikan ke dalam bentuk lagu dan video musik.

Beberapa video musik yang mengangkat tentang isu perempuan diantaranya adalah video musik dari Tika & *The Dissidents* dengan judul "Tubuhku Otoritasku" yang dirilis pada tahun 2016. Melalui lagu dan video klip ini, Kartika Jahja, *frontwoman* dari band Tika & *The Dissidents* bermaksud untuk memberikan kesadaran bagi semua orang untuk menghormati dan menghargai tubuhnya sendiri meskipun terlahir berbeda atau memilih untuk berpenampilan berbeda. Pesan dari lagu dan video musik yang dibuat yaitu untuk mengingatkan bahwa tubuhmu adalah milikmu, kamu yang berhak atas segalanya, jangan terpaku pada standar kecantikan yang berkembang di masyarakat.

Hal yang sama juga dilakukan oleh Ramengvrl, seorang musisi hip hop Indonesia yang merilis lagu dan video musik berjudul “*I am Me*” pada tahun 2018 lalu. Melalui lagunya tersebut, Ramengvrl menyampaikan pesan bahwa perempuan juga memiliki kendali penuh atas dirinya, tidak perlu berusaha memenuhi ekspektasi masyarakat, cukup menjadi diri sendiri dan bebas berekspresi. Ramengvrl juga berpesan agar tidak takut untuk tampil beda dan melawan stereotip yang ada di masyarakat tanpa memperdulikan pandangan orang lain karena perempuan juga memiliki pilihan dan dapat memilih sesuai keinginan untuk menjadi apa yang mereka mau.

Selain mereka, Yura Yunita juga turut andil dalam menyuarakan pendapatnya mengenai isu perempuan, baik melalui unggahan di akun sosial mediana maupun melalui lagu dan video musik yang dibuatnya. Yura Yunita merupakan seorang penyanyi dan penulis lagu asal Indonesia yang gencar memperjuangkan hak-hak perempuan dan berusaha mematahkan standar kecantikan yang ada di masyarakat. Salah satunya yaitu dengan merilis Musik Video (MV) berjudul “Tutur Batin”. Musik video “Tutur Batin” dirilis pada tanggal 7 Maret 2022 melalui *channel* YouTube *official* Yura Yunita, yaitu satu hari menjelang Hari Perempuan Sedunia pada tanggal 8 Maret, sehingga membuat musik video tersebut memiliki makna yang besar khususnya bagi para perempuan di Indonesia.

Tiga hari setelah dirilis, MV Tutur Batin telah ditonton sebanyak 1 juta kali di youtube Yura Yunita dan menempati posisi ke 8 *trending* youtube serta mendapatkan respon positif di masyarakat. Saat ini, lagu Tutur batin telah memiliki 100 juta pendengar di *spotify*. Berkat Tutur Batin pula, Yura Yunita mendapatkan penghargaan kategori Artis Solo Wanita Pop Terbaik di Anugerah Musik Indonesia (AMI) Awards 2022.

Tutur Batin merupakan salah satu lagu yang ada di album ketiga Yura Yunita yang memiliki tajuk yang sama. Melalui musik videonya, Yura Yunita mengajak seluruh orang, khususnya para perempuan di luar sana untuk berhenti mengejar kesempurnaan dan mencoba berdamai dengan kekurangan yang dimiliki serta dengan berani mampu membuat jalannya sendiri tanpa merasa takut. Bentuk

penerimaan diri dari Yura Yunita bahkan ditunjukkan melalui sampul album “Tutur Batin”, Ia menampilkan foto dirinya yang terlihat manis dan natural tanpa riasan yang bahkan menunjukkan tekstur wajahnya secara jelas yang mungkin jarang orang lihat. Hal tersebut dilakukan untuk menyampaikan ungkapan hatinya secara jujur mengenai penerimaan diri (Agustin, 2022).

Terdapat beberapa isu perempuan yang ditampilkan dalam musik video tersebut yang kerap kali dialami oleh para perempuan Indonesia, khususnya yaitu mengenai standar kecantikan. Sesuai dengan latar masalah yang sudah peneliti jabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai resepsi penonton terhadap perlawanan perempuan mengenai mitos kecantikan dalam video musik Yura Yunita “Tutur Batin”. Penelitian ini akan menggunakan teori penerimaan milik Stuart Hall untuk mengetahui bagaimana resepsi posisi penonton terhadap video musik Tutur Batin.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana resepsi penonton terhadap mitos kecantikan dalam video musik Yura Yunita Tutur Batin?”.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi penonton terhadap mitos kecantikan dalam video musik Yura Yunita “Tutur Batin”.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai kajian media dan gender, sehingga dapat membantu memperluas wawasan tentang pandangan masyarakat, khususnya perempuan mengenai standar dan mitos kecantikan.

### **b. Manfaat Praktis**

#### **1) Bagi peneliti**

Penelitian ini sebagai wadah untuk menambah pengalaman baru bagi peneliti, terutama dalam memahami lebih dalam terkait isu perempuan

khususnya mengenai standar kecantikan dan pandangan penonton/khalayak terhadap makna kecantikan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi baru bagi penelitian selanjutnya tentang analisis resepsi penonton terhadap mitos kecantikan.

### **1.5. Sistematika Bab**

Penelitian ini dibagi menjadi 5 bab untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan informasi dan melakukan penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yang serupa, dan kerangka pikiran.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode, teori, teknik analisis, teknik pengumpulan data, dan sebagainya yang akan digunakan selama penelitian.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi penjelasan hasil yang telah didapatkan saat penelitian dan mengaitkannya dengan teori yang dipakai dalam penelitian.

5. Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil akhir penelitian yang telah didapatkan dan saran terhadap penelitian selanjutnya.