

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsep kecantikan perempuan kerap menjadi perbincangan dan praktik yang lumrah di masyarakat. KBBI mendefinisikan kata “cantik” sebagai elok; molek (tentang wajah, muka perempuan); indah dalam bentuk dan buatan. Keberagaman kecantikan perempuan tidak hanya pada kecantikan wajah saja, namun juga keindahan warna kulit, tubuh, rambut dan lain-lain. Menurut Aprilita (2016), kecantikan sering dianggap sebagai suatu relativitas. Ini berarti pandangan setiap orang terhadap konsep cantik akan berbeda. Perbedaan pemaknaan setiap orang yang memberikan gagasan tentang konsep kecantikan menyebabkan dimulainya kajian budaya dalam media yang berbeda-beda dalam bidang akademis. Konsep kecantikan selalu berkembang karena definisi kecantikan yang berubah-ubah dari masa ke masa (Abdullah dalam Nikmah, 2016). Perbedaan pandangan akan konsep kecantikan dapat dikatakan sebagai akibat dari dinamika kehidupan yang terus berubah dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital.

Menurut Yusriana (2017), realitanya kecantikan adalah salah satu bentuk konstruksi media massa. Media massa merupakan suatu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa kini telah berkembang hingga melahirkan media digital. Dalam media digital, publik dapat mengaksesnya menggunakan internet dan media digital ini menghubungkan hampir semua manusia di dunia, yang disebut media sosial.

Di Indonesia, media sosial sangat populer. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan dari 10 Januari hingga 27 Januari 2023 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 78,19% pada tahun 2023, atau 215.626.156 dari 275.773.901 jiwa. Laporan *We Are Social* lebih lanjut menyatakan bahwa media sosial digunakan di Indonesia oleh 167 juta orang (60,4%) pada Januari 2023. Sementara itu, data Napoleon Cat menunjukkan bahwa pada Januari 2024 terdapat 89.891.300 pengguna Instagram di Indonesia. Ini

menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang cukup populer di Indonesia. Persentase pengguna Instagram Indonesia didominasi oleh perempuan sebesar 54,9%, dengan kelompok usia, 32,8% pengguna Instagram Indonesia berasal dari kelompok 18-24 tahun, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram ini banyak diminati oleh masyarakat khususnya mahasiswa.

Konsep kecantikan dalam Instagram dapat diamati melalui kemunculan akun-akun mahasiswi cantik. Akun kampus 'cantik' merupakan akun Instagram yang kontennya mengunggah foto-foto mahasiswi di suatu universitas yang dapat dikategorikan sebagai 'cantik'. Unggahan tersebut juga disertai dengan identitas pemilik foto, dan bahkan *audiens* dapat merekomendasikan temannya yang 'cantik' untuk diunggah di akun tersebut. Fenomena akun kampus 'cantik' sangat umum ditemukan di media sosial Instagram. Maulana (2017) menambahkan bahwa fenomena akun ini bermula dari akun-akun kampus besar seperti UI cantik, Unpad Geulis, serta UGM cantik.

Tabel 1. 1 Akun kampus cantik di Indonesia dengan pengikut terbanyak.

No.	Nama Akun	Capture Akun	Tahun Dibuat
1	@uicantikid		2017

2	@unpad.geulis		2014
3	@ugmcantik		2014

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024.

Dari ketiga akun tersebut, peneliti memilih untuk meneliti dan menganalisis kolom komentar unggahan akun @uicantikid, karena akun @uicantikid menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengikut terbanyak, yaitu 322K *followers* (pengikut) diakses pada tanggal 25 Oktober 2023. Melansir dari pabelan-online.com, Akun @uicantikid adalah akun yang berisikan kumpulan foto mahasiswi di Universitas Indonesia. Akun yang dikelola oleh salah satu Admin X, menyeleksi dan memilih foto mahasiswi Universitas Indonesia lalu mengunggah foto ke dalam *feed* Instagram. Foto yang ditampilkan dengan mencantumkan nama, fakultas, program studi, tahun dan berbagai hastag (#uicantikid) agar publik bisa dengan mudah menjangkau foto mahasiswi yang diunggah.

Menurut Aprilita (2016) melalui akun-akun dengan *username* 'cantik' yang memuat sekumpulan foto perempuan dapat mengkonstruksi pandangan tentang konsep kecantikan. Akun Instagram @uicantikid memiliki banyak pengikut dan dapat menjangkau ratusan ribu orang, termasuk alumni, mahasiswa dalam dan luar kampus, serta masyarakat umum. Hadirnya akun ini bukan saja mengontruksi standar kecantikan tertentu atau menjadikan perempuan sebagai objek, tetapi juga

menunjukkan bahwa perempuan dimanfaatkan dalam kepentingan komersial oleh pihak tertentu.

Dalam akun @uicantikid, mereka ditampilkan dengan cara yang mirip seperti katalog untuk kenikmatan laki-laki (Triastuti & Sarwono, 2022). Hal tersebut menjadikan perempuan sebagai korban objektifikasi. Selain itu, klasifikasi perempuan yang dianggap 'cantik' mengacu pada standar kecantikan yang *toxic*, dan tentu saja bias laki-laki. Perempuan yang dianggap 'cantik' pada akun tersebut biasanya memiliki fitur kecantikan yang sama: langsing, berkulit cerah, rambut panjang, dan hidung mancung (Fatimah, 2022). Dalam akun kampus 'cantik' juga tak jarang para lelaki yang memberikan komentar berbaur seksis mengenai tampilan fisik atau bentuk tubuh perempuan yang ada pada foto yang diunggah. Ini terjadi di lingkungan pendidikan tinggi yang seharusnya menjadi ruang kritis. Sederhananya, akun kampus 'cantik' turut melanggengkan budaya patriarki di kampus.

Dari fenomena yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena tersebut dengan judul "Objektifikasi Perempuan dalam Media Instagram @uicantikid". Peneliti ingin menganalisis bagaimana perempuan diobjektifikasi melalui kolom komentar akun Instagram @uicantikid.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dapat diidentifikasi untuk kemudian diteliti, adalah bagaimana bentuk objektifikasi perempuan yang terjadi dalam kolom komentar unggahan akun Instagram @uicantikid dalam periode unggahan 1 Januari – 31 Desember 2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana bentuk objektifikasi terhadap perempuan dalam akun Instagram @uicantikid dengan metode analisis wacana kritis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Dapat memperkaya kajian ilmu pengetahuan terkait objektifikasi perempuan terutama dalam media sosial.
2. Dapat digunakan sebagai referensi dalam bidang penelitian sejenis atau sebagai bahan pengembangan penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi lembaga dan pihak terkait, antara lain:

1. Bagi masyarakat agar tidak menilai kecantikan seseorang hanya dari fisiknya saja, akan tetapi juga dari dalam diri perempuan karena kualitas seorang perempuan bukan hanya dinilai dari tampilan visual. Serta diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengguna Instagram untuk menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan positif.
2. Bagi pendidikan dapat dijadikan sebagai fenomena aktual dalam Ilmu Komunikasi terkait Media dan Gender.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menyajikan fenomena objektifikasi perempuan yang ditemukan di kehidupan sehari-hari melalui media sosial Instagram @uicantikid. Penelitian dibagi menjadi beberapa bab yang bertujuan mempermudah dalam pencarian informasi yang dibutuhkan, serta memperlihatkan penyelesaian penelitian secara sistematis. Sistematika penulisan sebagai berikut;

BAB I. Pendahuluan, berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan penulisan sistematika bab.

BAB II. Tinjauan Pustaka, berisikan landasan teori yang digunakan untuk menyusun penelitian Objektifikasi Perempuan dalam media Instagram @uicantikid dengan menggunakan metode analisis wacana kritis.

BAB III. Metodologi Penelitian, menjelaskan mengenai jenis penelitian dan metode pengumpulan data, seperti menganalisis teks kolom komentar untuk bisa menunjukkan sumber diskursif yaitu terkait objektifikasi terhadap perempuan di dalam media sosial Instagram @uicantikid dengan menggunakan metode analisis wacana kritis sesuai dengan kebutuhan peneliti.

BAB IV. Hasil dan Pembahasan, berisikan mengenai uraian hasil analisis dan temuan dalam permasalahan peneliti yang relevan dan berkaitan dengan teori, konsep, ataupun metode yang digunakan.

BAB V. Penutup, berisikan kesimpulan dari argumen dan saran.