

Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl)

Dini Aprilita

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya
aprilitadini@gmail.com

Refti Handini Listyani

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya
reftihandini@unesa.ac.id

Abstrak

Kecantikan pada perempuan bukan lagi menjadi hal yang relatif, melainkan sudah menjadi hal yang universal. Hal ini disebabkan adanya standar-standar tertentu yang diciptakan sebagian besar oleh media, baik media cetak, elektronik, maupun media online. Salah satu media online yang ikut mengkonstruksi kecantikan perempuan adalah Instagram, yakni melalui akun-akun yang berisi sekumpulan foto perempuan, yang mana akun tersebut menggunakan kata “cantik” sebagai username. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar representasi kecantikan yang ditampilkan oleh akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl. Teori yang digunakan adalah semiotika dari Roland Barthes dan konsep tubuh dan kecantikan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga akun tersebut merepresentasi kecantikan secara berbeda-beda. Mitos kecantikan yang ditampilkan akun @mostbeautyindo adalah cantik modern dan cantik sensual. Akun @bidadarisurga_ menunjukkan mitos kecantikan islami. Akun @papuan_girl menciptakan mitos kecantikan berupa cantik lokalitas.

Kata Kunci: Representasi, Mitos Kecantikan, Instagram.

Abstract

Women's beauty is no longer a relative concept, but it turns out to be a universal concept. It was caused by the beauty standard which is created mostly by the mass media, whether it is printed, electronic, or even online media. One of many online medias that participate in creating the beauty standard is Instagram. It constructs the beauty concept through accounts which contain women's pictures and also use the “beauty” word for their usernames. This research aims to expose the beauty representations that were shown by three Instagram accounts; @mostbeautyindo, @bidadarisurga_, and @papuan_girl. The theory that were used in this research were semiotics by Roland Barthes and also body and beauty concept. The method used for this research was qualitative descriptive. The result shows that those three Instagram accounts show different beauty myths. The beauty myth shown by @mostbeautyindo account is the modern beauty and also sensual beauty. While @bidadarisurga_ shows religious beauty myth. @papuan_girl account creates the beauty myth of locality beauty.

Keywords: Representation, Beauty Myth, Instagram

PENDAHULUAN

Konsep kecantikan senantiasa dikaitkan dengan perempuan, terutama pada bagian tubuh dan fisik perempuan. Maka tidak heran jika saat ini kita melihat banyak sekali perempuan yang berlomba-lomba melakukan perawatan tubuh dari luar, dan mengabaikan kualitas diri dari dalam seperti kepintaran, kepribadian unik, dan lain sebagainya. dalam melakukan perawatan tubuh, antara perempuan yang satu dengan yang lain cenderung melakukan kompetisi untuk menjadi yang paling cantik. Hal itu dilakukan bukan hanya untuk menarik lawan jenis, melainkan juga untuk memberikan

kepuasan terhadap diri sendiri ketika mendapat pujian dari orang lain terhadap keindahan fisik mereka.

Kecantikan seringkali dianggap sebagai suatu relativitas. Artinya, pandangan setiap orang terhadap konsep cantik itu berbeda-beda. Namun, di samping itu, kecantikan juga merupakan hal yang universal pada saat ini. Hal tersebut dikarenakan oleh adanya standar dan kriteria-kriteria yang menjadi patokan untuk mendapat label cantik. Meskipun kriteria kecantikan senantiasa berubah dari masa ke masa, namun dalam beberapa decade terakhir kriteria kecantikan yang seringkali ditampilkan oleh media cenderung memiliki kesamaan,

yakni berupa tubuh yang kurus langsing, tinggi semampai, kulit putih bersih, rambut panjang, mata besar, dan hidung mancung. Pandangan masyarakat terhadap konsep cantik merupakan akibat dari terpaan media yang berlangsung secara terus-menerus setiap harinya. Hal tersebut dinamakan budaya populer (*pop culture*). Budaya populer diproduksi dalam jumlah yang besar, oleh karena itu membutuhkan adanya standarisasi yang bertujuan untuk menetralkan selera missal dan memuaskan semua lapisan masyarakat. Adanya standarisasi tersebut menyebabkan kelompok-kelompok tertentu menjadi termarginalkan, karena tidak memenuhi standart yang sudah di *set* oleh media.

Representasi merupakan gambaran mengenai realitas yang ditampilkan melalui kode-kode, symbol, makna dan tanda, serta ideology dari suatu kebudayaan (Aprilia, 2005:23). Dalam proses representasi, status perempuan tereduksi menjadi objek komoditas yang dikonsumsi secara visual. Dari situ, diri perempuan yang berupa aspek sosial dan psikologisnya menjadi tersingkirkan, karena hanya memperhatikan visualnya saja. Sebuah representasi kemudian juga menciptakan definisi kecantikan, yang pada akhirnya dijadikan perbandingan oleh perempuan terhadap dirinya dengan perempuan lain yang ia lihat di televise, majalah, internet, dan media lainnya.

Media yang menjadi focus penelitian ini adalah media online Instagram. Instagram merupakan aplikasi atau media berbagi foto dan video yang mulai diluncurkan pertama kali pada tahun 2010. Media ini menawarkan penggunaannya sebuah cara yang unik untuk membagikan foto dan video, sehingga nampak seperti album digital. Keunggulan aplikasi ini antara lain dapat diakses melalui smartphone, menyediakan 16 filter untuk mengubah tampilan foto dan video, serta dapat membaginya secara langsung ke media lain seperti Twitter, Facebook, dan lain sebagainya. Menurut penelitian yang dilakukan Pew Research Centre (2015), Instagram menempati posisi kedua dengan pengguna terbanyak setelah Facebook, yakni 52%. Di antara pengguna-pengguna tersebut, sebagian besar adalah akun-akun personal yang menampilkan foto diri dari pemilik akun tersebut. Namun ada pula akun-akun yang menampilkan konten tertentu, seperti foto-foto seputar makanan, tempat wisata, perempuan, dan lain sebagainya.

Konten yang diunggah dalam Instagram adalah foto maupun video yang dianggap menarik, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa akun-akun tersebut di atas menampilkan foto dari perempuan yang dianggap menarik dan cantik menurut pandangan pemilik akun. Siapapun yang fotonya diunggah dalam akun tersebut, maka ia dianggap sebagai perempuan yang cantik dan menarik.

Dengan menampilkan foto dari perempuan dengan kriteria fisik yang hampir sama dalam halamannya, ketiga akun tersebut secara tidak langsung telah menciptakan standarisasi terhadap konsep cantik. Foto-foto yang diunggah tersebut kemudian menjadi konsumsi public, khususnya pengikut atau *followers* dari akun tersebut yang mencapai ratusan bahkan ribuan. Yang menarik adalah penikmat dari foto-foto tersebut bukan hanya laki-laki, banyak pula perempuan yang turut menikmati foto tersebut. Kaum perempuan memiliki kecenderungan membandingkan diri mereka dengan perempuan lain, karena menganggap itu sebagai sebuah kompetisi untuk menjadi yang paling cantik. Media seakan menyamaratakan selera masyarakat mengenai konsep cantik dengan menampilkan model perempuan dengan kriteria fisik yang hampir sama melalui akun-akun di Instagram seperti tersebut di atas. Media Instagram semakin melanggengkan budaya patriarkidan menjadikan perempuan sebagai objek untuk dinikmati tubuhnya.

Perempuan yang seringkali dikatakan sudah bebas dan telah mengalami emansipasi, nyatanya saat ini mereka justru terkekang dengan adanya “sistem kecantikan” yang dibentuk oleh media massa sebagai sarana informasi masyarakat. Banyak perempuan yang mulai membenci dirinya sendiri karena tidak dapat tampil sebagaimana perempuan dalam media yang terkesan sempurna. Kebencian tersebut bukan tidak mungkin mengarah kepada hal-hal negatif seperti diet ketat, *eating disorder*, dan lain sebagainya hanya untuk memenuhi keinginannya untuk tampil cantik selayaknya tuntutan media massa. Perempuan merasa diri mereka sedang berada di bawah tekanan karena mereka tidak dapat memenuhi riteria perempuan cantik dn ideal seperti yang ditampilkan oleh media massa. Selain itu, konsumsi terhadap media seperti majalah, bai online maupun cetak, yang banyak membahas tentang perempuan memiliki pengaruh terhadap rasa kurang puas terhadap penampilan diri sendiri. Informasi yang disampaikan oleh media justru seringkali dijadikan sebagai bahan untuk mengoreksi penampilan perempuan. Jadi dapat dikatakan bahwa media berperan sebagai perbandingan sosial bagi perempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah semiotika dari Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes terdiri dari dua sistem pemaknaan, yakni denotasi dan konotasi. Dalam suatu tanda, terdapat apa yang disebut penanda dan petanda. Penanda adalah kesan indrawi suatu tanda. Sedangkan petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep yang dimunculkan oleh sebuah tanda. Jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa. Kedua aspek tersebut kemudian digabungkan dan membentuk sebuah tanda, yakni tanda atau makna

denotasi. Makna denotasi tersebut kemudian akan menjadi penanda pada pemaknaan tingkat kedua, yang jika digabungkan dengan petanda yang lebih luas maka akan membentuk makna konotasi. Dalam sistem pemaknaan tahap kedua, terdapat pula apa yang disebut Barthes dengan mitos. Mitos merupakan sekumpulan gagasan dan praktik yang mempertahankan dan secara aktif mempromosikan pelbagai nilai dan kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat (Umartono, 2015: 45). Mitos diciptakan oleh kelompok dominan dan terinternalisasi pada masyarakat sebagai sesuatu yang dianggap alami atau wajar. Mitos juga berfungsi untuk memberikan pembenaran pada nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Teori yang kedua adalah mengenai konsep tubuh dan kecantikan. Tubuh telah menjadi kajian yang banyak diperbincangkan akhir-akhir ini, khususnya tubuh perempuan. Tubuh perempuan rentan untuk dijadikan objek dalam era globalisasi dimana teknologi berkembang sangat pesat. Ia juga menjadi objek untuk melanggengkan ideology tertentu melalui representasi yang disajikan oleh media. Tubuh perempuan seringkali diobjektifikasi dan menjadi pemuas laki-laki melalui konvensi-konvensi visual, baik seni adiluhung maupun budaya populer. Hal ini sebenarnya berkaitan dengan ideology dominan yang ada dalam masyarakat. Ideology patriarki yang memposisikan perempuan sebagai obyek, memberikan kontribusi pada pengkomoditan tubuh perempuan oleh pihak media sebagai sarana untuk mengeruk keuntungan secara ekonomis (Ludfy, 2005).

Berbicara mengenai tubuh perempuan, tentu akan merujuk pada pembicaraan tentang tubuh ideal. Bagaimana seorang perempuan menilai tubuhnya umumnya dipengaruhi oleh bagaimana lingkungan sosial dan budaya di luar dirinya menilai tubuh perempuan. Dengan kata lain, perempuan senantiasa berusaha untuk menyesuaikan bentuk tubuh mereka dengan konsep kecantikan yang ditunjukkan oleh masyarakat. Konsep tubuh ideal memang mengalami perubahan dari masa ke masa. Pada jaman Renaissance, tubuh perempuan yang dianggap ideal adalah yang berisi, karena anggapan bentuk tubuh tersebut memancarkan kelembutan dan sifat kasih sayang. Sedangkan pada jaman Victoria, bentuk tubuh yang diidamkan adalah tubuh langsing dengan pinggang yang kecil. Pada jaman itu pula mulai populer penggunaan korset yang berfungsi mengikat pinggang agar nampak kecil. Tubuh ideal pada tahun 1990-an adalah tubuh muda kurus semampai, yang terpersonifikasi dalam model Kate Moss. Kemudian muncul trend *girl power*, yang menyandingkan unsure feminitas dengan unsure kelaki-lakian sebagai wujud kemajuan. Trend yang diciptakan oleh *fashion industry*

pada tahun 1960-an, yang melanggengkan tubuh kurus sebagai tubuh ideal, berakibat pada dikembangkannya layanan atau *service* pada bidang yang lebih luas. Industry mulai menjual obat pelangsing, peralatan atau mesin untuk olahraga, dan lain sebagainya. Kemunculan bintang-bintang perempuan seperti Jane Shrimpton, Twiggy, dan Jane Fonda, telah membawa dampak yang cukup besar dalam mempopulerkan tubuh langsing. Pada saat itu program fitness dan menjadi langsing adalah impian perempuan Amerika, yang dengan cepat menjangkar ke hampir seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Naomi Wolf (1990), dalam bukunya *The Beauty Myth* menyatakan bahwa “rintangan-rintangan yang lebih legal dan material bagi perempuan telah dipatahkan melalui citra-citra tentang kecantikan perempuan yang lebih ketat, berat, dan kejam yang hadir untuk kita ikuti”. Dari pernyataan tersebut, Naomi merujuk pada kebencian atas diri sendiri, perasaan tidak sempurna, serta kekhawatiran atau *insecurity* dalam diri perempuan. Banyak perempuan yang terobsesi untuk memiliki tubuh yang kurus. Keinginan untuk menjadi kurus dengan tidak alami tersebut didukung oleh industry-industri kecantikan dan fotografi *fashion glamour*, yang mempromosikan ikon kecantikan perempuan yang memiliki berat badan 25% lebih sedikit daripada berat badan rata-rata.

Selain tubuh yang ideal, akan dibahas juga mengenai konsep kecantikan yang erat kaitannya dengan perempuan. Konsep kecantikan memiliki dua paradigm, yakni paradigm tradisional dan paradigm modern. Menurut paradigm tradisional, kecantikan dilihat dari sudut pandang budaya dan feudal. Sedangkan konsep cantik menurut paradigm modern melihat kecantikan dalam aspek-aspek tertentu. Kecantikan dari segi budaya merujuk pada pengertian bahwa setiap masyarakat dengan budaya yang berbeda, memiliki kriteria kecantikan yang berbeda-beda pula. Kriteria tersebut dikonstruksi berdasarkan *prior knowledge* atau pengetahuan terdahulu yang kemudian dibawa secara turun temurun. Untuk itulah kenapa disebut tradisional, karena membawa nilai-nilai leluhur. Beberapa kelompok masyarakat di dunia masih mempertahankan standar kecantikan yang kemudian menjadi ciri khas kelompok mereka. Diantaranya ada masyarakat Negara Mauritania, yang menganggap kriteria kecantikan pada perempuan diukur dari ukuran badan. Semakin besar badannya, maka semakin cantik perempuan tersebut, atau dengan kata lain *Big is Beautiful*. Di Thailand, cantik sudah dimulai sejak kecil (5 tahun) dengan menggunakan kalung besi melingkar dilehernya dan setiap pertumbuhannya gelang akan ditambah sehingga leher semakin memanjang. Semakin memanjang lehernya maka menandakan kedudukan dan keagungan mereka, padahal berat gelang

leher tersebut bisa mencapai 10 kg (Sarmini, 27: 2014). Selain itu, kriteria kecantikan tradisional juga mengungkap unsure-unsur lokalitas. Konsep lokalitas mengacu pada suatu tempat dan kelompok tertentu, beserta dengan aspek kebudayaan di dalamnya. Konsep cantik dalam suatu lokalitas artinya cantik dengan kekhasan dan keunikan dari kelompok masyarakat tertentu.

Media bersama dengan industri kecantikan telah membentuk standar kecantikan, yang kemudian menyamaratakan persepsi masyarakat Indonesia mengenai konsep cantik. Akibatnya adalah kecantikan yang berasal dari kelompok masyarakat tertentu yang memiliki keunikan fisik, atau kriteria fisik yang berbeda menjadi terpinggirkan dan diabaikan. Suatu lokalitas yang terdapat pada kelompok-kelompok masyarakat dari suku atau ras tertentu menjadi terabaikan. Cantik, menurut Wolf, tidak bersifat universal atau tidak dapat diubah, melainkan berbeda-beda berdasarkan konstruksi dari pemikiran masyarakat mengenai konsep cantik itu sendiri. Konstruksi tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan yang diterima dan diyakini oleh suatu masyarakat. Tubuh merupakan objek yang penuh dengan tendensi-tendensi atas ideologi yang mengkonstruksinya. Konstruksi-konstruksi tersebut diciptakan seolah-olah menjadi pedoman dan suatu hal yang perlu dicontoh serta diterapkan. Berbagai perspektif sosiologis telah mencoba menganalisis tubuh di mana tubuh didefinisikan tidak hanya sekedar tubuh biologis, melainkan tubuh membawa pesan atau ideologi tertentu dengan tujuan tertentu pula. Sehingga tubuh mengalami luka-luka disekujur wujudnya, sebab tubuh yang biasanya dilihat bukanlah otentik tubuh itu sendiri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu dengan tujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu, kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Burhan Bungin, 2001:48). Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika dari Roland Barthes. Metode atau pendekatan ini digunakan untuk membongkar makna dan mitos representasi dari foto-foto yang diunggah oleh akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl. Dalam membongkar mitos dan representasi, tanda menjadi unsure yang penting yang harus dimaknai, karena peneliti berasumsi bahwa tanda yang terkandung dalam foto tersebut membawa sebuah ideologi dominan, yang menunjukkan bahwa di dalam foto maupun objek visual lainnya terdapat kepentingan-

kepentingan tertentu yang berusaha disampaikan kepada masyarakat. Pendekatan semiotika dari Roland Barthes menjadi pilihan peneliti dengan alasan bahwa Barthes memiliki metode yang memadai, yang berguna untuk membaca dan menganalisis objek visual berupa foto.

Objek dari penelitian ini adalah 3 akun yang ada di Instagram, yang mana akun-akun tersebut menampilkan foto-foto perempuan yang beragam. Yang pertama, yakni akun @mostbeautyindo, menampilkan foto perempuan modern dan 'kekinian'. Sedangkan akun @bidadarisurga_ menampilkan perempuan religious dengan atribut keagamaan seperti kerudung maupun mukena. Dan akun @papuan_girl menampilkan perempuan asli Papua yang memakai atribut khas dari Papua. Alasan pemilihan ketiga akun tersebut adalah ketiganya menampilkan kriteria perempuan cantik yang berbeda-beda. Jika akun @mostbeautyindo menampilkan perempuan cantik dengan kriteria yang hampir sama dengan media-media lainnya selain Instagram, maka berbeda dengan kedua akun lainnya, yang menampilkan kriteria perempuan cantik yang merupakan kontra dari standar kecantikan yang banyak beredar di media massa.

Data dikumpulkan dengan cara menelusuri halaman ketiga akun tersebut di Instagram. Kemudian foto akan dipilih dengan teknik purposive sampling, yakni dengan menentukan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah foto mendapat *likes* lebih banyak pada masing-masing akun. Akun @mostbeautyindo dipilih foto dengan *likes* di atas 3000. Akun @bidadarisurga_ dipilih foto dengan *likes* di atas 200. Akun @papuan_girl diambil foto yang memiliki *likes* di atas 300.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Data yang terkumpul kemudian dibongkar penanda dan petandanya, yang kemudian membentuk makna denotasi. Setelah makna denotasi terbentuk, maka kemudian dicari makna konotasi dan mitos di dalamnya dengan mengaitkannya dengan ideologi dan kebudayaan yang lebih luas. Barthes dalam Imaji-Musik-Teks miliknya membagi tahapan konotasi terutama dalam menganalisis foto (imaji fotografis):

1. Efek Tiruan

efek tiruan ini, menurut Barthes, memanfaatkan kekuatan denotatif, sehingga foto nampak hanya bersifat denotatif, namun sebenarnya memiliki kekuatan konotatif. Sifat konotatif ini memiliki nilai historis yang membangun suatu makna dan konstruksi yang direproduksi gambar dari realitas.

2. Pose atau sikap

Bagian ini dapat dilihat secara langsung di dalam sebuah foto, pose seseorang pada foto yang diperjelas atau ditemukan. Pose lebih mengarah pada subjek (manusia)

dalam foto sedangkan objek akan dijelaskan di tahap berikutnya.

3. Objek

Objek merupakan atribut dari pose seseorang di tahapan pertama, sehingga pose seseorang itu lebih jelas menandakan apa yang disampaikan dalam iklan atau foto dengan menghubungkan kedua objek.

4. Fotogenia

Pencahayaan atau pengaburan dan sejenisnya yang berhubungan dengan teknik fotografi dapat mendukung penyampaian pesan yang termuat dalam foto. Hal ini dapat mendukung pesan ideologis, cultural, dan sosialnya dengan menggunakan efek yang bertujuan untuk 'menghidupkan' kesan. Tahap ini adalah yang juga dijelaskan John Fiske mengenai konotasi antara foto dengan objek yang sama namun dengan pencahayaan yang berbeda akan menghasilkan konotasi yang berbeda.

5. Estetisme

Merupakan tahap perubahan materiil gambar menjadi yang lain.

6. Sintaksis

Dalam sintaksis, konotasi makna dapat dilihat dari serangkaian tanda yang ada dalam gambar. Tanda dalam sintaksis akan memberi arti pada tanda lain.

Di antara enam tahapan tersebut, peneliti hanya akan memakai 3 dari 6 tahap yang dijelaskan oleh Barthes. Tahapan tersebut antara lain adalah pose atau sikap, objek, dan juga sintaksis. Hal tersebut dikarenakan hanya tiga tahap tadi yang memungkinkan ditemui dalam foto-foto yang akan diteliti. Sedangkan tiga tahap lainnya, yakni efek tiruan, fotogenia, dan estetisme tidak digunakan karena foto yang diteliti merupakan foto *non-commercial*, sehingga kecil kemungkinan ditemukannya unsure-unsur teknik foto seperti pencahayaan, editing, seperti yang umumnya digunakan pada foto untuk iklan dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram Sebagai Media Representasi Kecantikan Perempuan

Peneliti telah mencari tahu dan membongkar keseluruhan penanda dan petanda yang terdapat pada foto-foto yang diunggah oleh 3 akun di media sosial Instagram, yakni akun @mostbeautyindo, @bidadarisurga_, dan @pauan_girl. Dengan menggunakan pendekatan semiotika dari Roland Barthes, peneliti telah menguraikan serangkaian penanda dan petanda pada beberapa foto dari ketiga akun tersebut. Dari hasil analisis penanda dan petanda tersebut, kemudian diketahui makna tingkat pertama atau makna denotasi dari setiap foto yang telah dipilih.

Selanjutnya, pada bab ini peneliti akan melanjutkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, yakni analisis

makna tahap kedua atau makna konotasi. Makna konotasi tersebut yang juga menjadi sebuah representasi dari kecantikan perempuan yang menjadi focus kajian penelitian kali ini. Dalam semiotika Roland Barthes, makna konotasi merupakan makna yang tercipta dengan cara menghubungkan petanda-petanda tersebut dengan aspek kebudayaan yang lebih luas, keyakinan-keyakinan, emosi, mental, serta ideology-ideologi dari suatu formasi sosial tertentu. Sehingga melalui makna konotasi tersebut kemudian dapat diketahui berbagai wacana dan mitos yang terdapat pada sebuah foto.

Konotasi dalam perspektif Barthes, merupakan proses pelapisan makna kedua ke atas pesan fotografis, terjadi pada beberapa tahap berbeda yang merupakan bagian dari proses panjang produksi foto (pemilahan tindakan teknis, framing, lay-out) dan memperlihatkan, pada akhirnya suatu proses pengkodean (coding) analog fotografis. Berikut adalah analisis makna konotasi yang berhasil dibongkar dan diuraikan peneliti.

A. Modernitas sebagai Representasi Kecantikan

Gaya hidup dihasilkan dari ekspresi diri dan disiplin yang melegitimasi model-model pilihan gaya. Aksi mode menjadi terspesifikasi dan selektif melalui dimensi-dimensi tubuh sebagai pengontrolnya tidak lepas dari budaya. Dalam foto-foto yang sudah dianalisis sebelumnya, peneliti berhasil membongkar konotasi-konotasi pada foto di akun Instagram @mostbeautyindo. Konotasi yang cukup dominan yang tampak dalam foto-foto tersebut salah satunya adalah mengenai modernitas. Akun @mostbeautyindo menampilkan representasi dari perempuan-perempuan modern masa kini. Berikut adalah ulasan konotasi representasi modernitas dalam foto-foto perempuan yang diunggah oleh akun @mostbeautyindo berdasarkan tanda-tanda dalam foto yang mempunyai relasi kuat dengan ciri-ciri modernitas

Instagram sangat diminati di era saat ini, Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang dipergunakan untuk memposting foto dan video. Salah satunya yakni posting foto 'cantik'. Foto yang terpampang dalam Instagram sering kali dihiasi dengan asesoris-asesoris dan item-item fashion tertentu. Kemudian muncul istilah kecantikan dengan kategori perempuan cantik modern dengan indikator gadget, perawatan, dan kibrat budaya barat.

1. Gadget

Gadget menjadi sebagai atribut atau simbol dalam mitos kecantikan dalam media sosial Instagram. Gadget merupakan bagian dari produk global dimana mempunyai nilai prestise manakala semakin canggih kemampuan dan spesifikasi lebih dari pada tipe yang lainnya. Semisal dalam Instagram terdapat foto cewek

yang kemudian foto di depan cermin dengan menunjukkan symbol *iPhone* nya. Selain *Handphone* mereka juga terkadang menggunakan *Note book* nya dan lain-lain dengan menunjukkannya melalui media Instagram. Gadget sebagai salah satu produk modernitas, pada akun @mostbeautyindo telah menjadi salah satu instrumen tanda dalam mengkonstruksi konsep kecantikan. Pada temuan data, peneliti menemukan cukup banyak tanda pada foto-foto perempuan yang mengkonotasikan sebuah modernitas atau 'kekinian'. Tanda yang pertama yang nampak jelas terlihat adalah gadget. Gadget yang banyak tampil dalam foto-foto di akun @mostbeautyindo merupakan gadget yang berupa *handphone*, atau lebih tepatnya *smartphone*. Gadget berupa *smartphone* merupakan salah satu ciri dari kehidupan modern saat ini, dimana banyak masyarakat yang semakin melek dan mengenal perkembangan teknologi dan juga mulai bergantung pada kecanggihan teknologi tersebut. Gadget sejatinya diciptakan untuk mempercepat arus informasi yang semakin deras mengalir. Manusia modern cenderung tidak ingin ketinggalan informasi masa kini, sehingga keberadaan gadget tentu sangat membantu. *Smartphone* saat ini tetap menjadi gadget atau produk teknologi yang paling banyak digemari oleh berbagai kalangan. Pembaruan teknologi pendukung *smartphone* yang semakin beragam membuat peminatnya selalu menunggu keluaran terbaru dari gadget yang digemari.

Gadget yang menjadi salah satu instrument pembentuk mitos cantik modern ini membuat penggunaannya seolah menjadi manusia modern yang cerdas dan mengikuti perkembangan jaman, khususnya perempuan. Dengan menggunakan gadget berupa *smartphone* atau kamera GoPro dan memperlihatkannya dalam suatu foto, perempuan tersebut kemudian tampak sebagai perempuan modern masa kini yang cerdas karena dapat mengikuti perkembangan teknologi. Konsep *beauty with brain* yang semakin gencar disuarakan oleh kaum feminis seperti Emma Watson membuat banyak perempuan beranggapan bahwa perempuan yang cantik ialah mereka yang cerdas. Sifat cerdas tersebut kemudian ditunjukkan dalam bentuk gadget atau produk teknologi lainnya, yang mengandung makna bahwa perempuan yang cantik ialah perempuan yang cerdas dan mengikuti perkembangan teknologi.

2. Perawatan

Perawatan menjadi fokus utama perhatian para perempuan, perempuan berbondong-bondong rela menghabiskan uangnya untuk ke salon dengan sekedar merawat tubuhnya supaya terlihat cantik dengan criteria putih, mulus, berseri, dan lain-lain. Hal tersebut dikarenakan perempuan melihat atau bereferensi kecantikan dari ras mongoloid (dan

kaukasoid) yang saat ini banyak ditampilkan dalam media-media massa, sehingga mereka menginginkan kriteria seperti itu. Hal tersebut kemudian diperkuat dengan banyaknya produk kecantikan yang mempromosikan produknya yang dapat membuat kulit putih secara cepat, obat pelangsing, pemancung hidung, dan lain sebagainya. Standar dan kriteria kulit putih sebagai konsep kecantikan dibawa oleh media massa yang mempromosikan produk-produk kecantikan. Melalui jargon atau *tagline*, banyak sekali produk kecantikan yang mengkonstruksi bahwa cantik itu putih. *Tagline* seperti "*white beauty*" atau "*healthy white*" pada produk-produk seperti krim wajah, masker wajah, pelembab tubuh, sabun, dan sebagainya menjadi rujukan yang kemudian terinternalisasi pada masyarakat mengenai konsep cantik.

Selain itu, melihat pada sejarah kolonialisme, dimana Indonesia dijajah oleh bangsa Eropa, yakni Belanda selama 350 tahun. Selama itu, warga Indonesia mendapat pemahaman bahwa bangsa Belanda dan Eropa memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada bangsa manapun, mulai dari segi intelektualitas, rupa, dan sebagainya. Pemahaman tersebut kemudian terbawa bahkan setelah Indonesia merdeka. Pemujaan terhadap bangsa kulit putih tidak pernah berhenti bahkan semakin tinggi. Hal tersebut pula yang menjadi acuan mengapa kulit putih di Indonesia, yang notabene berasal dari beragam suku dan etnis, lebih menghargai dan menganggap perempuan kulit putih memiliki nilai keindahan lebih daripada yang berkulit coklat. Seorang antropolog telah melaporkan pendapat masyarakat kampung Yunnan mengenai kecantikan perempuan; "semakin kuning kulitnya dan semakin kecil dan berwarna cerah bibirnya, semakin baik. Hidung yang melengkung tinggi, tipis, dan mancung yang paling disukai." (Isacs, 1993) Menurut Ayu Utami dalam karyanya yang berjudul *Parasit Lajang*, putih per definisi adalah cantik. Perempuan cantik itu putih. Pada salah satu foto di akun @mostbeautyindo, terlihat seorang perempuan yang memakai masker wajah. Penanda yang muncul adalah perempuan dengan masker wajah, sedangkan petanda yang muncul adalah kepedulian untuk merawat wajah dengan masker. Masker dan perawatan kemudian menjadi salah satu mitos kecantikan yang dibentuk oleh akun @mostbeautyindo di Instagram.

Selain perawatan melalui produk-produk tersebut, pada era modern ini juga banyak dijumpai klinik-klinik kecantikan yang menawarkan jasa untuk mempercantik diri, yang mana sebagian besar poin utamanya adalah untuk mencerahkan wajah dan

tubuh. Namun di samping itu, klinik-klinik kecantikan tersebut juga menyediakan jasa yang lebih beragam, seperti menghilangkan jerawat, mencerahkan wajah, memutihkan bagian badan tertentu, sulam alis, tato bibir, sampai jasa sedot lemak dan pemasangan benang di wajah. Untuk melakukan perawatan-perawatan tersebut tentu tidak sedikit biaya yang dibutuhkan. Namun, tingginya biaya yang diperlukan, beserta dengan resiko lain yang mengikuti, nampaknya tidak menjadi halangan bagi perempuan untuk melakukan perawatan demi memenuhi standar kecantikan selayaknya yang ditampilkan di media. Fenomena salon kecantikan dapat pula menjadi indikator modernitas, sebab dalam melakukan perawatan teknologi yang dipakai pun sudah canggih. Selain menggambarkan gaya hidup modern, konsep perawatan juga dapat menunjukkan kelas sosial dalam masyarakat. Semakin banyak perawatan yang dilakukan, menunjukkan bahwa kelas sosialnya pun tinggi berdasarkan kepemilikan materi.

Akun @mostbeautyindo menampilkan foto-foto perempuan yang sebagian besar mempunyai kriteria fisik kulit putih bersih, tubuh langsing, dada berisi, rambut panjang, dan hidung mancung. Secara tidak langsung, tampilan foto-foto tersebut seakan menunjukkan bahwa merawat tubuh agar kulit menjadi putih, tubuh menjadi langsing, dan rambut yang panjang terawat itu merupakan hal yang penting dilakukan untuk memenuhi standar kecantikan menurut akun tersebut. Memang tidak banyak foto yang menunjukkan kegiatan perawatan secara langsung, namun dengan menampilkan perempuan dengan kriteria kulit putih bersih, rambut yang selalu terlihat terawat dan *on point* meskipun tengah berolahraga, serta tubuh yang proporsional, secara implisit menunjukkan akan keinginan untuk senantiasa merawat tubuh agar dapat disebut cantik.

3. Fashion Budaya Barat

Budaya barat yang berkiblat condong ke Amerika dan Eropa termasuk Perancis membuat khalayak terutama para perempuan menjadikannya sebagai ikon atau *role model*. Selain itu, melihat pada sejarah kolonialisme, dimana Indonesia dijajah oleh bangsa Eropa, yakni Belanda selama 350 tahun. Selama itu, warga Indonesia mendapat pemahaman bahwa bangsa Belanda dan Eropa memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada bangsa manapun, mulai dari segi intelektualitas, rupa, dan sebagainya. Pemahaman tersebut kemudian terbawa bahkan setelah Indonesia merdeka. Pemujaan terhadap bangsa Barat tidak pernah berhenti bahkan semakin tinggi pada era modernisasi dan westernisasi saat ini. Secara simbolik tubuh merupakan

sebuah kumpulan dari bercampurnya berbagai pemaknaan terhadap diri, semisal gesture atau ekspresi yang dihasilkan oleh tubuh, cara jalan, mimik, cara makan, dan lain-lain sehingga terkadang muncul konsep anggun, kalem, cantik, dan lain-lain. Filsuf kenamaan Marleau Ponty mengatakan bahwa tubuh ialah *The Sound Phenomenological (non verbal communication, medium expression)* dengan kata lain tubuh bukanlah kesatuan atau entitas natural melainkan kesatuan kultural pula. Dalam perspektif cultural studies, fenomena seperti akun Instagram @mostbeautyindo memiliki peran dalam menyebarkan tanda-tanda hegemoni dari budaya lain pada masyarakat dengan budaya yang sudah mapan. Indonesia menjadi kelompok dengan budaya yang sudah mapan, yang kemudian mendapat hegemoni tanda-tanda budaya lain, yakni budaya barat, baik melalui iklan produk kosmetik, seni hiburan, media sosial, dan lain sebagainya.

Budaya barat seringkali mengkonstruksi kecantikan melalui kontes-kontes kecantikan seperti *Miss World*, *Fashion Show*, dan lain-lain yang kemudian sering diserap atau ditiru Negara-negara lain dengan kegiatan yang serupa. Maka yang terjadi demikian menghasilkan suatu proses identifikasi dimana perempuan kemudian meniru apa yang ditampilkan, sehingga setelah meniru kemudian berusaha mengupload foto dengan hastag (#) tertentu seperti #cutegirl, #asiangirl, dan lain-lain. Adanya media sosial dan kecanggihan teknologi internet, budaya barat dapat dengan mudah memasuki ruang-ruang pribadi masyarakat Indonesia, yang kemudian diserap dan ditiru tanpa adanya proses penyaringan. Informasi yang ada diterima secara mentah-mentah.

Pengaruh budaya Barat yang nampak dalam foto-foto di akun @mostbeautyindo salah satunya adalah pemakaian bikini atau pakaian renang. Penggunaan bikini memang sangat wajar di kalangan perempuan di Eropa ataupun Amerika. Hal ini berkaitan dengan kebiasaan perempuan Amerika untuk berjemur di bawah sinar matahari, mengingat cuaca di Amerika maupun Eropa yang banyak memberikan suhu dingin sehingga sinar matahari saat musim panas menjadi sesuatu yang disukai di sana. Memakai bikini khususnya ketika musim panas bertujuan agar semakin banyak bagian dari tubuh mereka yang terkena sinar matahari agar tidak nampak pucat. Namun di Indonesia, yang notabene merupakan Negara tropis yang sebagian besar menunjukkan cuaca yang panas, pemakaian bikini memang tidak terlalu banyak di kalangan masyarakat asli Indonesia. Ditambah lagi dengan adanya adat ketimuran yang menjunjung tinggi norma-norma

kesopanan, dan memakai baju terbuka seperti bikini banyak dianggap sebagai suatu bentuk pelanggaran atas norma kesopanan di Indonesia.

Tetapi seiring berkembangnya zaman, modernisasi yang seringkali diringi dengan westernisasi menjadi fenomena yang semakin lama semakin dianggap wajar dalam kehidupan di Indonesia, salah satunya pemakaian bikini. Banyak perempuan-perempuan muda, atau remaja, yang berani memakai bikini ketika sedang berada di pantai maupun sedang berenang. Tidak hanya di situ, mereka juga berani mengunggah foto mereka ketika memakai bikini ke akun media sosial mereka, sehingga menjadi konsumsi public.

Fenomena pemakaian bikini juga semakin massive yang disebabkan oleh adanya produk dari *Victoria's Secret*. *Victoria's Secret* merupakan brand yang produk utamanya adalah pakaian dalam perempuan. Selain pakaian dalam, brand tersebut juga memproduksi barang-barang seperti baju olahraga, parfum, tas, dan juga baju tidur. Yang membedakan brand ini dengan brand yang lain adalah teknik pemasarannya yang terbilang unik. Dalam memasarkan produknya, brand *Victoria's Secret* memakai model yang disebut dengan *VS Angels* untuk mempromosikan produknya. Para *VS Angels* tersebut tidak hanya melakukan *photoshoot* dengan memakai bikini dan pakaian dalam saja, namun setiap tahunnya mereka juga mengadakan Fashion Show yang sering disebut dengan *Victoria's Secret Fashion Show*, yang merupakan acara peragaan busana bikini dan pakaian dalam yang dikemas sedemikian rupa dengan tema tertentu, yang membuat acaranya terlihat sangat menarik dan memukau banyak pemirsa. Dalam memilih modelnya, brand ini memilih perempuan dengan kriteria seperti badan langsing atletis, tinggi semampai, rambut panjang, wajah berkarakter, centil, dan enerjik. Sampai sekarang ini, banyak sekali model-model dari *Victoria's Secret*, atau *VS Angels*, digemari oleh perempuan-perempuan di seluruh dunia berkat kecantikan mereka, seperti Adriana Lima, Alexandra Ambrossio, Behati Prinsloo, dan Candice Swanepoel. Nama-nama tersebut banyak dijadikan sebagai *role model* atau panutan dalam membentuk citra tubuh di kalangan perempuan-perempuan muda di seluruh dunia. Para angels tersebut merepresentasi perempuan yang bangga dengan kulit dan tubuh mereka. Namun yang kemudian menjadi pertanyaan adalah, bagaimana mungkin seorang perempuan menjadi tidak percaya diri dengan tubuh sebagai mereka?

B. Sensualitas sebagai Representasi Kecantikan

Sensual mempunyai makna konotatif bagi sebagian besar seseorang, karena kecenderungannya sensualitas merupakan suatu sikap atau penampilan yang memperlihatkan tubuh secara langsung maupun tidak langsung. Dikatakan secara langsung yakni dengan memakai pakaian yang tidak menutup bagian tubuhnya seperti *tank top*, bikini, dan lain-lain. Sedangkan dikatakan tidak memperlihatkan tubuh secara langsung yakni memakai pakaian yang ketat dan lekuk tubuh terlihat sangat jelas.

Kemudian untuk memperkokoh sensualitas tersebut maka perempuan tersebut melakukan foto di pantai, di kamar hotel, dan lain-lain, kemudian untuk menguatkan sensualitasnya maka ia juga membuat gesture-gesture tertentu seperti lidah menjulur, kaki dilipat dan lain-lain.

1. Latar Belakang Foto

Foto-foto perempuan di akun @mostbeautyindo banyak memiliki latar belakang tempat-tempat seperti pantai atau kolam renang yang terkesan eksklusif. Kesan tersebut muncul karena tempat yang diperlihatkan bukanlah tempat yang ramai dikunjungi banyak orang, melainkan hanya beberapa orang saja. Tempat-tempat seperti tersebut sebelumnya merupakan tempat yang memungkinkan bagi pengunjungnya untuk memakai pakaian-pakaian terbuka dan memperlihatkan bagian tubuh mereka. Pengunjung kolam renang memakai pakaian renang untuk berenang. Pengunjung pantai yang eksklusif atau *privat beach* dapat dengan bebas memakai bikini untuk berjemur. Keeksklusifan tempat pada latar belakang foto-foto tersebut seakan merujuk pada hal-hal yang bersifat lebih pribadi. Kolam renang *rooftop* merupakan tempat yang tidak semua orang dapat memakainya, hanya orang-orang tertentu, yakni pengunjung hotel atau apartemen saja yang dapat memakainya. Artinya tempat tersebut eksklusif untuk orang-orang tertentu saja. Hal tersebut dapat pula berarti bahwa tempat tersebut memiliki tingkat keintiman yang lebih tinggi dari tempat-tempat umum lainnya. Meskipun pada akhirnya foto tersebut diunggah ke media sosial dan menjadi tontonan banyak orang. Namun ketika sudah masuk ke media sosial, foto tersebut justru banyak mendapat apresiasi berupa *likes*.

Selain kolam renang atau pantai yang eksklusif, latar belakang tempat foto seperti kamar hotel atau di atas tempat tidur juga dapat mengarah pada sensualitas. Hal tersebut mengacu pada kenyataan bahwa tempat tidur seringkali menjadi tempat dimana kegiatan seksual dilakukan. Selain itu, sifat pribadi atau intim dari kamar tidur juga dapat mengacu pada sensualitas itu sendiri. Latar belakang foto tersebut juga didukung dengan pakaian yang terbuka dan menunjukkan bagian tubuh tertentu, seperti kaki atau dada.

2. Gesture

Pemilihan latar belakang foto yang terkesan eksklusif juga diperkuat dengan gesture yang ditampilkan oleh perempuan di dalam foto, sehingga kesan sensualitas semakin terlihat jelas. Gesture-gesture seperti menjulurkan lidah, menyilangkan kaki, membuka sedikit mulut, dan membusungkan dada banyak dijumpai di foto-foto dalam akun @mostbeautyindo. Gesture-gesture seperti tersebut tadi juga banyak dijumpai pada foto-foto Marilyn Monroe, yang merupakan ikon kecantikan pada tahun 1950an. Marilyn Monroe banyak menunjukkan gaya seperti mulut terbuka, memegang dada, mengangkat atau menyilangkan kaki, dan lain sebagainya. gesture yang ditunjukkan dalam foto-foto tersebut membuat dirinya dijadikan sebagai ikon seks dunia.

Gesture seperti tersebut di atas seringkali diasosiasikan sebagai sebuah sensualitas. Menjulurkan lidah dan membuka sedikit mulut menjadi sensual karena dianggap sebagai ajakan untuk berhubungan seksual, atau sekedar menunjukkan ketertarikan secara seksual. Sedangkan gesture menyilangkan kaki dianggap sensual karena mengekspos bagian paha. Dengan menyilangkan kaki atau paha, otot di paha akan tampak membesar dan memberi kesan sensual. Psikolog banyak mengartikan hal tersebut dapat dijadikan sebagai ajakan untuk berhubungan seksual, atau ketertarikan seksual. Posisi tersebut dilakukan ketika seorang perempuan siap untuk melakukan aktifitas seksual. Sedangkan gesture membusungkan dada dapat dianggap sebagai bentuk kepercayaan diri, namun juga dianggap sensual karena mengekspos bagian dada dan cenderung bersifat provokatif.

3. Pakaian

Latar belakang foto dan gesture seperti dijelaskan sebelumnya tentunya juga diperkuat dengan pakaian yang dikenakan. Pakaian yang merujuk pada sensualitas adalah pakaian terbuka yang memperlihatkan kulit dan bagian tubuh tertentu, dan juga pakaian yang ketat dan membentuk tubuh. Memakai bikini dan pakaian terbuka lainnya seperti *tank top* dan *hot pants* yang memperlihatkan paha dan dada dapat dianggap sensual, karena baik paha maupun dada merupakan area sensitive perempuan yang seringkali menarik perhatian lawan jenis secara seksual. Baju yang ketat dan terbuka dapat mengekspos bagian-bagian tubuh tersebut. Pakaian terbuka selain memperlihatkan tubuh, ia juga memperlihatkan kulit yang putih dan mulus yang menjadi idaman baik bagi perempuan maupun laki-laki. Memperlihatkan kulit dari bagian tubuh seperti kaki dan paha dapat menjadi ketertarikan seksual bagi perempuan. Sedangkan pakaian ketat memperlihatkan bentuk tubuh perempuan beserta lekukannya. Selain dada, baju ketat juga mengekspos bagian pinggang perempuan yang juga

menjadi daya tarik secara seksual. Akun @mostbeautyindo menunjukkan bahwa perempuan sensual adalah perempuan yang cantik. Selain kriteria fisik yang putih dan mulus serta seksi, pakaian yang terbuka dan ketat juga memperkuat citra sensual yang cantik bagi perempuan di akun @mostbeautyindo.

C. Religiusitas Sebagai Representasi Kecantikan

Tubuh merupakan objek yang penuh dengan tendensi-tendensi atas ideologi yang mengkonstruksinya. Konstruksi-konstruksi tersebut diciptakan seolah-olah menjadi pedoman dan suatu hal yang perlu dicontoh serta diterapkan. Berbagai perspektif sosiologis telah mencoba menganalisis tubuh di mana tubuh didefinisikan tidak hanya sekedar tubuh biologis, melainkan tubuh membawa pesan atau ideologi tertentu dengan tujuan tertentu pula. Sehingga tubuh mengalami luka-luka disekujur wujudnya, sebab tubuh yang biasanya dilihat bukanlah otentik tubuh itu sendiri.

Berdasarkan kajian Marx yang menyatakan bahwa kerja merupakan pemenuhan kebutuhan biologis, namun di sisi lain kerja merupakan aktifitas tubuh yang bergerak secara budaya. Lantas tubuh menjadi sumber daya bagi aktifitas produksi, dari yang paling sederhana (bercocok tanam, berburu, meramu, memancing) hingga yang paling kompleks (pembuatan produk industri, teknologi, jasa, dan ilmu pengetahuan). Maka apabila pergerakan roda ekonomi (mall, bank, kantor, restoran dan sejenisnya) menampilkan kesan-kesan tubuh tertentu dari "produsennya" agar mendapatkan nilai lebih simbolik dari orang lain sebagai "konsumennya" (Ardhie, 78: 2014).

Kemudian muncul berbagai konsep cantik dari berbagai sisi representasi seperti temuan pada akun Instagram @Bidadarisurga yakni cantik islami. Adanya konsep-konsep tambahan seperti Islami kemudian menjadi suatu konter hegemoni baru atas konsep-konsep kecantikan sebelumnya. Maka konsekuensi logis dari hal tersebut yakni muncul simbol-simbol baru dalam representasi kecantikan Islami, seperti Hijab, membawa Al-Quran, senyum tidak terlalu membuka gigi, dan lain-lain.

1. Berkerudung

Berkerudung merupakan salah satu syariah Islam yang wajib dipatuhi bagi kaum Muslim perempuan. Sebenarnya bukan kerudungnya yang diwajibkan, melainkan perintah untuk menutupi aurat. Aurat untuk perempuan Muslim adalah seluruh badan kecuali telapak tangan dan wajah. Salah satu ayat Al-Quran yang merujuk pada perintah untuk menutup aurat antara lain

"*Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan wanita-wanita (keluarga) orang-*

orang mukmin, agar mereka mengulurkan atas diri mereka (ke seluruh tubuh mereka) jilbab mereka. Hal itu menjadikan mereka lebih mudah dikenal (sebagai para wanita muslimah yang terhormat dan merdeka) sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah senantiasa Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”(QS. al-Ahzab ayat: 59)

Akun @bidadarisurga_ hanya mengunggah foto dari perempuan yang memakai kerudung saja. Konsep cantik yang ingin disampaikan oleh akun ini adalah cantik itu menutup aurat, cantik itu berjilbab. Meskipun ada beberapa foto yang mana kerudung yang dipakai tidak menutup dada, namun hal tersebut sebagai akibat dari akulturasi dengan trend yang sedang marak di kalangan perempuan Muslim Indonesia. Kerudung atau jilbab yang dikenakan telah mengalami modifikasi sehingga modelnya pun beragam dan terkesan lebih modern. Berkerudung sebagai suatu usaha untuk menutupi aurat seakan menjadi kontra hegemoni terhadap bentuk kecantikan yang ditampilkan oleh akun sebelumnya, yakni @mostbeautyindo, di mana akun tersebut justru menganggap perempuan yang berani memperlihatkan tubuhnya adalah cantik.

2. Sifat Malu

Agama Islam mengajarkan perempuan haruslah memiliki rasa malu. Rasa malu tidak hanya dimiliki oleh perempuan, namun pada dasarnya semua manusia harus memiliki rasa malu. Rasa malu tersebut yang membatasi manusia agar tidak berperilaku di luar batas-batas norma. Berikut ini hadist dari Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar RA:

“Rasa malu itu adalah sebagian dari iman”. (HR Al-Bukhari dan Muslim)

Hadist di atas menunjukkan bahwa rasa malu merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki oleh umat yang beriman, karena malu adalah sebagian dari iman. Selain itu, gesture yang menunjukkan rasa malu atau sifat pemalu beberapa di antaranya adalah jika tersenyum tidak memperlihatkan gigi atau senyum tipis, dan menundukkan pandangan. Dalam satu hadist juga disebutkan bahwa perempuan calon penghuni surga atau bidadari surga memiliki sifat malu.

“Di dalam surga, terdapat bidadari-bidadari-bidadari yang sopan, yang menundukkan pandangannya, tidak pernah disentuh oleh manusia sebelum mereka (penghuni-penghuni surga yang menjadi suami mereka) dan tidak pula oleh jin. Maka nikmat Rabb-mu yang manakah yang kamu dustakan? Seakan-akan bidadari itu permata yakut dan marjan.” (Qs. Ar-Rahman: 56-58)

Dari hadist di atas dapat diartikan bahwa bidadari atau perempuan penghuni surga harus memiliki sifat malu, yang salah satu gesturnya berupa menundukkan pandangan. Kata bidadari saat ini banyak digunakan

untuk mengganti kata cantik. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, bidadari berarti perempuan yang elok. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa perempuan cantik atau elok menurut agama Islam adalah mereka yang menundukkan pandangan dan memiliki sifat malu. Dalam sebuah foto, pose seperti memejamkan mata dan senyum tipis dapat mengindikasikan bahwa perempuan dalam foto tersebut adalah perempuan pemalu, atau memiliki sifat yang lembut. Pada akun @bidadarisurga_, selain perempuan berkerudung, banyak pula diunggah foto-foto yang memperlihatkan perempuan berkerudung dengan pose senyum tipis, memejamkan mata, dan menutup bibir dengan tangan. Gesture seperti itu menunjukkan seakan perempuan tersebut tidak ingin memperlihatkan terlalu banyak wajahnya. Selain itu, gesture memejamkan mata dan senyum tipis atau menutup senyuman dengan tangan juga dapat berarti bahwa perempuan tersebut merasa rendah diri.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa konsep cantik yang disampaikan oleh akun @bidadarisurga_ selain menutup aurat, ialah menjaga kesopanan. Rasa malu yang dimiliki menjadi pembatas untuk tidak melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat. Salah satu norma yang diyakini di masyarakat Indonesia adalah bahwa perempuan itu harus memiliki sifat yang lemah lembut. Perempuan yang lemah lembut tidak diperkenankan untuk tertawa lebar, melainkan hanya tertawa atau senyum kecil. Di samping itu, tersenyum tipis juga merupakan sunnah dari Nabi Muhammad SAW. Jadi ketika seorang perempuan tersenyum tipis, dapat diartikan bahwa ia memiliki rasa malu untuk tidak melanggar norma mengenai sikap perempuan tersebut. Selain itu, dalam Islam juga dianjurkan untuk menjaga pandangan. Foto memejamkan mata seakan menjadi salah satu bentuk kepatuhan untuk menjaga pandangan seperti yang diperintahkan dalam agama Islam.

3. Perangkat Ibadah

Beberapa foto yang diunggah oleh akun @bidadarisurga_ menunjukkan perempuan yang sedang memakai mukena, atau sedang memegang Al-Quran. Mukena maupun Al-Quran merupakan perangkat yang digunakan untuk beribadah dalam agama Islam. Mukena digunakan perempuan Muslim untuk sholat, sedangkan Al-Quran yang merupakan kitab suci agama Islam memang wajib untuk dibaca dan diamalkan. Berikut adalah hadist yang menjelaskan tentang perintah untuk sholat dan mengaji:

“Maka dirikanlah shalat, sesungguhnya shalat itu adalah kewajiban yang telah ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”. (QS. An-Nisaa' : 103)

“Bacalah oleh kalian Al-Qur`an. Karena ia (Al-Qur`an) akan datang pada Hari Kiamat kelak sebagai pemberi

syafa'at bagi orang-orang yang rajin membacanya." (HR. Muslim 804)

Dua hadis di atas menunjukkan perintah untuk beribadah shalat dan mengaji bagi umat muslim. Berfoto dengan menggunakan atribut mukena dan Al-Quran seakan menunjukkan bahwa perempuan di dalam foto tersebut ialah perempuan yang taat beribadah. Memakai mukena menunjukkan perempuan yang selesai atau menunaikan ibadah sholat, memegang Al-Quran menunjukkan bahwa perempuan di dalam foto telah selesai atau akan membacanya, atau yang disebut dengan mengaji. Penggunaan atribut atau perangkat ibadah dalam foto memperkuat citra religious dalam akun @bidadarisurga_ selain penggunaan kerudung dan gesture yang menunjukkan rasa malu. Hal ini semakin memperkuat bahwa perempuan yang cantik menurut akun @bidadarisurga_ ialah mereka yang taat mematuhi perintah agama Islam. Perempuan yang rajin beribadah dianggap cantik, sehingga mereka akan menjadi bidadari di surga kelak. Untuk dapat masuk surga, seorang umat harus rajin beribadah. Surga menjadi salah satu konsep agamawi yang dipercayai adanya kehidupan setelah kematian (akhirat), baik itu neraka maupun surga. Neraka untuk mereka yang tidak taat beribadah, dan surga untuk umat yang rajin beribadah. Perempuan yang taat beribadah akan menjadi bidadari penghias surga.

D. Budaya Lokalitas sebagai Representasi Kecantikan

Sesuai dengan namanya, akun @papuan_girl menampilkan perempuan-perempuan asli dari Indonesia Timur, yakni Papua Barat. Sebagian besar perempuan yang ditampilkan mengenakan atribut-atribut khas Papua, seperti riasan kepala dari bulu burung Kasuari, pakaian dari daun rotan, dan juga riasan wajah dan tangan. Untuk memperjelas representasi kecantikan pada akun @papuan_girl.

1. Non-Universal

Berbeda dengan yang ditampilkan oleh akun-akun sebelumnya, akun @papuan_girl seakan menunjukkan bahwa perempuan yang cantik ialah mereka yang bangga dengan ciri khas dan keunikan dari diri mereka. Perempuan-perempuan dalam akun @papuan_girl tidak terpengaruh dengan gambaran kecantikan yang digembor-gemborkan oleh sebagian besar media massa saat ini. Universalitas kecantikan dengan kriteria seperti berkulit putih, bertubuh langsing dan tinggi, rambut lurus, hidung mancung dan bibir tipis, tidak berlaku di dalam akun @papuan_girl. Hal ini dikarenakan mereka memiliki kriteria kecantikan mereka sendiri.

Jika dilihat dari segi fisik, perempuan Papua memiliki bentuk tubuh yang lebih berisi, kulit kecokelatan, rambut keriting, bibir yang besar. Kriteria fisik masyarakat Papua memiliki kemiripan dengan

masyarakat Afrika. Hal ini disebabkan karena dulunya terdapat sekelompok masyarakat yang melakukan perpindahan ke Afrika sekitar 60.000 tahun yang lalu. Kelompok tersebut kemudian menyebut diri mereka *Black Asian*, yang kemudian menempati wilayah India, Indonesia, dan Cina Timur (Stefan, 2007). Dari situ, masyarakat Papua mengadopsi nilai-nilai leluhur Afrika, termasuk mengenai konsep kecantikan. Masyarakat Afrika mempercayai bahwa perempuan cantik adalah mereka yang memiliki tubuh berisi. Tubuh berisi atau gemuk tersebut diasosiasikan dengan nilai-nilai kesuburan, hasrat erotis, dan kesejahteraan. Kegemukan menjadi sebuah symbol kesejahteraan (Robal, 2002). Selain itu, rambut keriting dan mengembang juga menjadi kebanggaan dan identitas warga Papua. Hal tersebut merujuk pada fakta bahwa nama Papua diambil dari bahasa Melayu "Papuwa" yang berarti "rambut keriting/mengembang" (www.everyculture.com)

Kriteria kecantikan tersebut kemudian diadopsi dan diyakini secara turun menurun oleh masyarakat Papua, khususnya kaum perempuan. Mereka mengkonstruksi kecantikan berdasarkan *prior knowledge*, yakni tubuh berisi dan rambut keriting. Criteria inilah yang kemudian dibawa ke dalam media social yang dominan dengan karakter fisik yang berlawanan.

Seperti suatu dobrakan, sebelumnya di televise atau di majalah, jarang sekali ditemukan sebuah standar kecantikan yang berani menunjukkan lokalitas mereka. Namun, di Instagram, akun-akun semacam @papuan_girl telah menunjukkan eksistensinya. Mereka menunjukkan tipe-tipe kecantikan yang jarang sekali diekspos oleh media manapun. Perempuan Papua yang sebelumnya terpinggirkan oleh mitos kecantikan yang dibawa oleh media maupun produsen kosmetik, kini mulai mendapat tempat dalam media online melalui akun @papuan_girl.

Apa yang ditampilkan oleh akun @papuan_girl seakan menjadi bentuk perlawanan terhadap universalitas yang menyamaratakan persepsi masyarakat mengenai konsep cantik. Secara universal, konsep cantik yang banyak diusung oleh media dan insudri kecantikan adalah kecantikan dengan kriteria kulit putih, badan langsing, hidung mancung, dan tubuh yang tinggi. Namun akun @papuan_girl menunjukkan bahwa konsep kecantikan pada dasarnya itu berbeda-beda dan memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri pada setiap kelompok. Dalam hal ini kelompok yang diangkat adalah kelompok Indonesia Timur, khususnya Papua Barat. Sama halnya dengan akun @papuan_girl, yang mencoba untuk memperlihatkan kecantikan khas perempuan Papua melalui media online, di tengah-tengah gempuran wacana kecantikan melalui iklan kosmetik dan lain sebagainya. Dalam akun @mostbeautyindo, tidak satupun kecantikan khas Papua yang ditampilkan di dalamnya, seakan

perempuan Papua bukan bagian dari Indonesia yang dianggap cantik.

Cantik, menurut Naomi Wolf (2009), tidak bersifat universal atau tidak dapat diubah, melainkan berbeda-beda berdasarkan konstruksi dari pemikiran masyarakat mengenai konsep cantik itu sendiri. Konstruksi tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan yang diterima dan diyakini oleh suatu masyarakat. Dalam masyarakat Papua yang menjunjung tinggi budaya local, konstruksi mengenai cantik yang berkembang adalah perempuan yang memiliki kriteria fisik asli dan khas Papua, yakni berkulit sawo matang, tubuh berisi, rambut keriting, dan bibir tebal. Seperti itulah kriteria cantik yang direpresentasi oleh akun @papuan_girl.

2. Riasan

Secara universal, penggunaan kosmetik saat ini menjadi hal yang sangat wajar yang digunakan untuk mempercantik diri perempuan. Kosmetik digunakan untuk menutupi kekurangan pada fisik dan menggantinya dengan sesuatu yang lebih menarik. Seperti penggunaan *foundation* untuk menutupi jerawat dan flek pada muka, krim wajah untuk memutihkan wajah, serum untuk memutihkan badan, lipstick untuk membuat bibir merona, bahkan teknik-teknik khusus seperti *shading* yang populer digunakan untuk memberi ilusi pada wajah agar terlihat lebih tirus, mancung, dan sebagainya. Jika diperhatikan, penggunaan kosmetik umumnya memang untuk memenuhi standar kecantikan yang sering kita lihat pada media, sehingga perempuan yang secara fisik tidak memenuhi standar tersebut dapat menggunakan kosmetik untuk dapat "*fit in*". Namun berbeda dengan apa yang ditampilkan oleh akun @papuan_girl, riasan yang dipakai oleh perempuan-perempuan dalam foto yang diunggahnya bukanlah riasan yang dipakai untuk memenuhi standar kecantikan yang mendominasi media, melainkan untuk menunjukkan identitas mereka sebagai warga asli Papua dan kebanggaan mereka terhadap budaya local. Riasan yang mereka pakai bukan hanya sekedar coretan untuk mempercantik diri, melainkan terdapat makna historis yang dibawa melalui riasan tersebut.

Riasan motif yang dibubuhkan pada wajah dan tubuh perempuan Papua (dan masyarakat Papua lainnya) mengandung pengertian historis, bahwa riasan tersebut dahulu digunakan sebagai bahan untuk kamuflase ketika berburu maupun ketika berperang di dalam hutan. Warna-warna yang digunakan pun tidak sembarangan, melainkan warna-warna khusus yang juga memiliki arti tersendiri bagi warga Papua. Warna-warna yang digunakan hanyalah warna merah, putih, hitam. Warna merah diartikan sebagai lambing keberanian. Warna putih merujuk pada warna tulang yang menunjukkan kesucian, dan warna hitam mengarah pada warna kulit khas Papua.

Lukisan atau riasan tersebut digunakan pula untuk menambah daya juang dalam mengarungi kehidupan. Sementara itu, terdapat pula lukisan yang digambar pada bagian atas badan yang berfungsi untuk menutupi badan yang tidak berbusana agar tidak terlalu terbuka. Selain itu, penggunaan riasan di bagian wajah dan tubuh perempuan Papua juga merupakan adat tradisional warga Papua, dimana perempuan yang sudah dewasa dapat menggambar atau mentato wajah mereka dengan riasan tertentu. Tradisi mentato wajah dan tubuh pada perempuan Papua diasosiasikan dengan pubertas dan memperkuat perbedaan jenis kelamin (Barker, 1990: 18). Mentato tubuh dan wajah juga dapat diartikan sebagai sebuah prestasi dan penghiasan diri (*self-adornment*). Namun seiring berjalannya waktu, tradisi tersebut banyak ditinggalkan di beberapa wilayah Papua. Namun nilai-nilai yang terkandung di dalamnya masih dipertahankan, yakni riasan wajah dan tubuh sebagai bentuk penghiasan diri perempuan Papua. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa kecantikan yang ditampilkan dalam media Insatgram melalui akun @papuan_girl bukan hanya sekedar tubuh perempuan saja, tetapi juga atribut yang digunakan yang menunjukkan identitas mereka dan kecintaan terhadap budaya local, yakni Papua.

Tabel 1. Representasi Kecantikan dari Akun di Instagram

Akun	Representasi	Tanda
@Mostbeautyindo	Cantik "modern"	Gadget (<i>smartphone</i> , kamera)
		Perawatan (masker, gym, rambut)
		Budaya Barat (bikini)
	Cantik "sensual"	Latar belakang foto (pantai, kolam renang eksklusif)
		Gesture (lidah, bibir, kaki, dada)
		Pakaian (terbuka, ketat)
@Bidadarisurga_	Cantik "islami"	Hijab
		Pemalu (senyum tipis, mata terpejam)
		Perangkat ibadah (Al-Quran, mukena)
@Papuan_girl	Cantik "local"	Non-universal
		Riasan

Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang berjudul *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram* ini menunjukkan hasil yang berbeda-beda dari setiap akun. Akun yang pertama, yakni @mostbeautyindo, mitos kecantikan yang ditunjukkan adalah kecantikan modern dan sensual. Gaya hidup modern tersebut ditunjukkan pertama melalui penggunaan gadget berupa

smartphone dan kamera, perawatan tubuh berupa masker wajah dan kegiatan di gym, serta kibrat budaya barat melalui pemakaian bikini, yang banyak terlihat dalam beberapa foto di akun @mostbeautyindo. Mitos kecantikan sensual terlihat dari penggunaan pakaian yang terbuka yang memperlihatkan tubuh perempuan, serta gesture berupa membusungkan dada, melipat kaki, dan menjulurkan lidah.

Akun @bidadarisurga_, di sisi lain menampilkan mitos kecantikan yang berbeda dari akun @mostbeautyindo. Konsep kecantikan yang ditampilkan oleh akun ini adalah kecantikan yang Islami, yakni yang taat terhadap ajaran-ajaran agama Islam. Mitos tersebut ditunjukkan melalui tanda seperti mukena, Al-Quran, dan gesture berupa senyum tipis, memejamkan mata, dan sebagainya. Mitos kecantikan tersebut membawa ideology keagamaan.

Sedangkan pada akun @papuan_girl, representasi kecantikan yang ditampilkan adalah yang menunjukkan lokalitas, artinya kecantikan yang tidak bersifat universal dan menunjukkan keunikan serta ciri khas dari kelompok mereka, yakni Papua. Keunikan tersebut merujuk pada ciri khas perempuan Papua yang memiliki tubuh berlesi, kulit kecokelatan, dan rambut keriting. Selain itu, mitos kecantikan yang diusung oleh akun ini adalah kecantikan yang bangga dengan budaya local asli Papua.

7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah agar masyarakat lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial. Dengan begitu masyarakat dapat memilih dan memilah konten apa yang ingin mereka lihat dalam media sosial, agar tidak berdampak buruk pada pembentukan citra tubuh akibat perasaan *insecure* atau khawatir tidak dapat memenuhi standar kecantikan yang ditampilkan oleh media. Selain itu, pengguna media sosial harus lebih bijaksana pula dalam memberikan konten yang akan dibagikan ke masyarakat luas. Dengan begitu tidak ada kelompok-kelompok lain yang merasa termarginalkan akibat konten dari akun-akun tertentu.

Daftar Pustaka

Anitei, Stefan. 2007. *Who are the Papuans?*. Diakses dari <http://news.softpedia.com/news/What-are-the-Papuans-63114.shtml> pada 18 Agustus 2016

Anonim. 2010. *Papua New Guinea*. Diakses dari <http://www.everyculture.com/No-Sa/Papua-New-Guinea.html> pada 18 Agustus 2016

Baria, Ludfy. 2005. *Media Meneropong Perempuan*. Jakarta: Konsorsium Suara Perempuan (KSP)

Barker, John dan Anne Tietjen. 1990. *Women's Facial Tattooing Among The Maisin Of Oro Province, Papua New Guinea: The Changing Significance Of An Ancient Custom*. University of British Columbia

Barthes, Roland. 2012. *Elemen-Elemen Semiologi*. Yogyakarta: Ircisod

Gamble, Sarah. 2010. *Pengantar Memahami Feminisme dan Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalansutra

Raditya, Ardhie. 2014. *Sosiologi Tubuh: Membentang Teori di Ranah Aplikasi*. Yogyakarta: Kaukaba