

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Media adalah sebuah *channel*, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (*communicate with media*). Media massa adalah sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya melalui sebuah radio, televisi, dan surat kabar, video ataupun bentuk iklan.

Berbagai macam bentuk media massa yang hadir merupakan sebagian dari kebudayaan massa yang muncul seiring dengan perkembangan masyarakat perkotaan dan industri, sebagai bagian dari budaya massa yang populer. Salah satunya adalah sebuah video, dimana beberapa pihak yang membuat pasti ada yang mendominasi atau terwakili kepentingannya dalam video tersebut. Video adalah seni yang sering dikemas untuk dijadikan komoditi dagang, karena video adalah potret dari masyarakat dimana video itu dibuat. Video merupakan gambaran yang bergerak. Video dapat disebut juga sebagai transformasi kehidupan masyarakat, karena dalam video kita dapat melihat gambaran atau cerminan yang sebenarnya, dan bahkan kita terkadang tidak menyadari. Sebagai gambar yang bergerak video adalah reproduksi dari kenyataan seperti apa adanya.

Video juga memiliki dualisme sebagai refleksi atau sebagai representasi masyarakat. Memang sebuah video bisa merupakan refleksi atau representasi kenyataan. Sebagai refleksi kenyataan, sebuah video hanya memindahkan kenyataan ke layar tanpa mengubah kenyataan tersebut, misalnya video dokumentasi, upacara kenegaraan atau video kampanye. Sedangkan sebagai representasi kenyataan berarti video tersebut membentuk dan menghadirkan kembali kenyataan berdasarkan kode-kode, konvensi- konvensi dan ideologi dari

kebudayaan. (Sobur, 2003 : 128). Kebanyakan alur cerita di dalam film, video ataupun iklan, menampilkan kehidupan yang nyata dominasi simbolik atas perempuan itu juga tampak dalam penilaian bahwa wanita yang baik adalah yang berumah tangga, melahirkan, mendidik anak, dan merawat rumah tangga. Tidak ada tempat bagi perempuan yang tak kawin. Karena itu, orang tua dengan segenap kekuasaan yang dibungkus sopan santun adat tradisi merasa berhak anak-anak perempuan mereka yang masih sangat muda untuk kawin (Subandy, 1998 : 29).

Perjuangan perempuan melawan keterkaitan pada hubungan kekuasaan yang menempatkannya pada kedudukan yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, memang perjuangan sepanjang hidupnya. Dapat ditinjau bahwa pada dasarnya perempuan Indonesia mempunyai kesulitan dan pengalaman getir yang sama seperti saudara-saudara di negara-negara terbelakang yang masih mempertahankan patriarki atau struktur sosial yang menempatkan kekuasaan terpusat di tangan laki-laki juga bergantung dengan sistem budaya, ekonomi, sosial dan politik setempat.

Aquarini mendefinisikan feminisme sebagai gerakan untuk menunjukkan bahwa perempuan dapat setara dengan laki-laki dan juga dapat memiliki kekuasaan terhadap laki-laki. Dimana perempuan yang memiliki kemampuan, keahlian, dan dapat menggali potensi diri dengan optimal, serta dapat menguasai dan tidak diremehkan oleh laki-laki dijadikan sebagai tolak ukur feminisme. Film sebagai komunikasi massa dan konstruksi realitas sosial, serta semiotika dalam film, kemudian konsep feminisme yang digunakan adalah feminisme liberal, feminisme marxis, feminisme radikal-kultural, feminisme sosialis, feminisme post modern, dan feminisme eksistensialis.

Dalam penelitian ini akan berfokus pada feminisme post modern dimana kita memberlakukan nilai keperempuanan atau kecantikan berdasarkan struktur sosial di masyarakat. Contohnya adalah cantik tidaknya saya bukan diri sendiri yang menentukan tetapi ditentukan oleh masyarakat, dimana masyarakat dapat menentukan persepi kecantikan dari konstruksi sosial yang dibuat oleh media atau propaganda. Kecantikan adalah suatu hal yang menjadi impian tiap perempuan. Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia edisi keempat, cantik

memiliki arti indah, jelita, elok dan molek. Pada era modern saat ini, biasanya perempuan akan mendapatkan banyak pujian karena memiliki karakter feminimnya, seperti cantik, halus tutur katanya, sopan, manis dan manja. Oleh sebab itu, penampilan menjadi hal utama yang sangat penting bagi perempuan.

Menurut Ralph Aldo Emerson dalam buku *Universal Beauty* mengatakan bahwa meski kita berkeliling dunia untuk menemukan kecantikan, kita harus membawanya dengan diri kita atau kita tidak akan menemukannya. Itu artinya kecantikan sudah ada didalam diri masing-masing perempuan. Selain cantik berhubungan dengan definisi fisik atau wajah, cantik juga didefinisikan dengan *inner beauty*. Cantik adalah gabungan yang menyenangkan dari sifat, mutu (kualitas) dari seseorang atau objek, keunggulan atau khusus, hingga wanita tampil lebih bagus.

Menurut Porntip “Bui” mantan *Miss Universe* 1998 mengatakan bahwa “Kecantikan dimulai dari orang itu sendiri. Kalau anda tidak mau merawat, menghormati dan menghargai diri anda sendiri, bagaimana orang lain bisa melakukannya? kecantikan dimulai dengan menyukai siapa diri anda”. Oleh karena itu, makna kecantikan yang sebenarnya harus mulai diarahkan pada aspek ruhaniah seseorang (*inner beauty*). Kecantikan yang sesungguhnya harus bisa memberikan kekuatan positif bagi sekelilingnya, sehingga kriteria kecantikan dapat berubah dari yang memiliki wajah mulus, berkulit putih dan bertubuh langsing menjadi seseorang yang mempunyai kemampuan dan prestasi tinggi, yang akhirnya dapat memberikan manfaat bagi dirinya sendiri sekitarnya, memiliki perilaku yang baik, mau menolong terhadap sesama dan lain sebagainya. Kemudian, *inner beauty* itu dengan sendirinya secara alamiah akan terpancar dari seorang wanita yang dalam tingkah laku sehari-harinya mampu memberikan dampak positif bagi lingkungan dan orang-orang di sekelilingnya. Dari beberapa definisi tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa *inner beauty* menurut para pakar adalah kecantikan dalam yang terpantul keluar melalui tingkah laku, keluasan ilmu dan kecemerlangan otak serta kebersihan hati dan jiwa. Dengan demikian dapat diketahui bahwa ada tiga unsur pembentuk *inner beauty* yaitu keluhuran akhlak atau tingkah laku, keluasan ilmu dan kebersihan jiwa dan hati.

Em Ford adalah seorang *beauty blogger* berusia 26 tahun yang berasal dari London. Ia pemilik blog My Pale Skin Blog dengan 4367 *follower*, banyak orang yang sangat terinspirasi dengan tutorial *make-up* yang ia *upload*. Disinilah awal mula karir Em Ford dimulai. Melalui blog My Pale Skin miliknya Em mulai memposting banyak cara-cara memakai *make-up* dan akhirnya Em mulai dikenal di dunia maya sebagai *beauty blogger*. Em Ford juga mengunggah berbagai video tutorial *make-up* nya di YouTube dengan nama akun *My Pale Skin* yang memiliki 433.870 *subscriber*. Banyak *feedback* positif yang ia dapatkan setelah memposting berbagai tutorial *make-up* nya. Sebagai seorang *beauty blogger*, *follower* Em selalu memujanya sebagai *icon make-up* yang cantik di berbagai video atau foto yang ia *upload* di YouTube, Blog maupun Instagramnya. Namun ada hal yang berubah saat bulan April 2015 Em Ford untuk pertama kalinya memposting foto dirinya tanpa *make-up* di media sosial. Banyak *follower* yang akhirnya memberikan *comment negative* setelah mengetahui wajah asli Em tanpa *make-up*. Saat itu juga setelah Em memposting foto dirinya tanpa *make up*, ia mendapat lebih dari 100.000 *comment negative* untuk dirinya. Em Ford mendapat komentar *negative* dari banyak *follower* nya, salah satunya adalah kata '*Chick*' yang berarti anak ayam merupakan komentar dari pemilik akun @rachjiamb. Em Ford sempat memutuskan untuk tidak tampil di media selama 3 bulan yaitu dari bulan April-Juni. Karena dengan kejadian ini Em terinspirasi untuk membuat sebuah video kampanye kecantikan dengan judul "*You Look Disgusting*" yang diunggah pada tanggal 1 Juli 2015 di Akun YouTube dan Blog miliknya.

Karena fenomena itu kemudian muncullah #YouLookDisgusting dan #DontJudgeMeChallenge sebagai bentuk dukungan untuk Em Ford di Instagram. Namun ada pergeseran makna yang timbul dalam #DontJudgeMeChallenge. Banyak masyarakat yang tidak mengerti awal mula aksi #DontJudgeMeChallenge sehingga saat mereka yang mencoba untuk berpartisipasi dalam aksi sosial ini kemudian terjadi pergeseran makna. Aksi sosial yang awalnya adalah untuk mendukung kampanye kecantikan Em Ford yang ingin mengedukasi masyarakat bahwa kecantikan itu tidak melulu tentang *make-up* tetapi kecantikan itu berasal dari dalam diri masing-masing wanita. Tapi terjadi pergeseran makna dimana

masyarakat menjadikan aksi sosial #DontJudgeMeChallenge menjadi sebuah ajang lomba memamerkan kecantikan yang disengaja menjelekkan wajah mereka dengan berbagai media seperti mencoret wajah dengan spidol kemudian berubah drastic menjadi cantik dengan *make-up* yang tidak natural datang dari dalam diri.

Peneliti memilih video dalam penelitian karena, video *You Look Disgusting* telah menjadi *trending topic* dunia di media sosial YouTube dimana telah mencapai lebih dari 16juta *viewer* sejak pertama kali video ini di *upload*. Penelitian ini mengangkat tentang representasi feminisme dalam media sosial, dan dalam hal ini difokuskan pada media sosial YouTube dengan video ‘*You Look Disgusting*’ milik Em Ford seorang *beauty blogger* asal London. Pesan dan informasi yang ada dalam video tersebut tidaklah dipandang sebagai suatu fenomena yang hadir begitu saja. Ada serangkaian konstruksi makna yang di bangun oleh Em Ford terhadap informasi maupun pesan yang disajikan dalam bentuk video tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sementara itu metode penelitian yang cocok untuk penelitian mengenai representasi makna kecantikan dalam video YouTube *You Look Disgusting* ini adalah analisis semiotika, di mana analisis ini berusaha mengungkapkan makna pesan dari beberapa level realitas, representasi dan level ideologi. Dalam hal ini peneliti mengambil contoh fenomena #*YouLookDisgusting* yang merupakan sebuah kampanye mendukung kecantikan yang nyata. Masalah ini muncul karena Em Ford seorang *beauty blogger* London yang pada suatu waktu muncul dengan wajah aslinya tanpa *make up* dalam tutorial *make up* di akun YouTube miliknya . #*YouLookDisgusting* adalah bentuk dukungan kepada *beauty blogger* Em Ford. Awalnya ia membuat tutorial *makeup* di blognya *My Pale Skin* dan YouTube-nya *My Pale Skin*. Banyak sekali pujian dan dukungan untuk dia. Sampai pada akhirnya Em Ford memposting foto *no make-up* dirinya. Setelah kejadian itu banyak komentar negatif dan hinaan yang diterimanya. Setelah beberapa bulan ia tidak muncul di media karena rasa shock yang ia alami kemudian Em Ford muncul kembali dengan membuat video *You Look Disgusting*. Karena fenomena itu kemudian muncullah #*YouLookDisgusting* #*DontJudgeMeChallenge* sebagai bentuk dukungan untuk Em Ford.

YouTube juga menjadi media yang peneliti pilih dalam penelitian ini karena, Em Ford pertama kali mengupload video tersebut melalui media sosial YouTube. Selaian itu Chad Fahs mengatakan YouTube merupakan situs berbagi video yang paling populer yang pernah dibuat (Fahs:2008:XV). Rekaman di YouTube yang diunggah setiap harinya hampir berdurasi 12 tahun. Menurut statistik dari *website* YouTube, walaupun seseorang menghabiskan seluruh waktunya dari lahir hingga hari akhir untuk menonton rekaman di YouTube, tidak akan mungkin menonton semua rekaman yang ada oleh (Rahma, 2015 <http://socialmediaweek.org/jakarta/2015/02/04/10-fakta-unik-mengenai-media-sosial/>). Hal ini membuktikan bahwa dari sekian banyak media sosial yang tersedia, YouTube merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan diminati oleh pengguna internet dan gadget khususnya remaja zaman sekarang.

Setelah video *You Look Disgusting* diunggah, banyak komentar positif yang akhirnya Em terima hal ini dapat dilihat dari beberapa komentar positif yang Em Ford terima dalam video *You Look Disgusting*. Banyak masyarakat yang akhirnya bisa berfikir luas mengenai makna kecantikan itu sendiri. Peneliti menggunakan analisis semiotik John Fiske yang dalam teorinya memakai kode-kode televisi untuk meneliti masalah ini. Berkaitan dengan video yang sarat akan makna dan tanda, maka yang menjadi perhatian peneliti disini adalah segi semiotikanya. Dimana dengan semiotika ini akan sangat membantu peneliti dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi dan mengungkapkan makna yang ada didalamnya. Penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika dalam film “the code of television John Fiske”. Peneliti menggunakan analisis semiotika dari John Fiske. John Fiske membagi kode-kode televisi kedalam tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Fiske memaparkan masing – masing konsep dasar semiotika dan strukturalisme secara lebih detail dibandingkan dengan pendapat ahli yang lainnya, serta menggunakan bahasa yang jelas, sehingga mudah untuk dipahami. Analisis semiotika Fiske juga lebih condong terhadap audio visual budaya populer. Penelitian ini diharapkan

dapat memberikan pemahaman baru mengenai representasi makna cantik perempuan dalam media massa dewasa ini, khususnya media sosial, bagaimana media sosial memproduksi makna dan realitas dalam serangkaian konstruksi dan ideologi feminitas mereka. Sehingga kedepannya masyarakat, khususnya perempuan mampu memahami dan dapat berfikir kritis terhadap segala informasi yang mereka serap dari berbagai media terutama yang menyangkut informasi pada konten kecantikan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah, maka rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah : **“Bagaimana Representasi Feminisme dalam video *You Look Disgusting?*.”** Untuk memperjelas fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana **Level Realitas** feminisme dalam video *You Look Disgusting ?* .
2. Bagaimana **Level Representasi** feminisme dalam video *You Look Disgusting?*.
3. Bagaimana **Level Ideologi** feminisme dalam video *You Look Disgusting ?* .

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui Representasi Feminisme yang dipresentasikan dalam video “*You Look Disgusting*“ yang di posting oleh Em Form yaitu :

1. Untuk mengetahui level realitas feminisme dalam video “*You Look Disgusting*”.
2. Untuk mengetahui level representasi feminisme dalam video “*You Look Disgusting*”.
3. Untuk mengetahui level ideologi feminisme dalam video “*You Look Disgusting*”.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Terdapat dua manfaat yang dapat diambil dari penelitian, yaitu :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya jenis penelitian komunikasi, khususnya mengenai representasi feminisme dalam sebuah media sosial dengan menggunakan metode analisis semiotika.

##### **2. Manfaat Praktis**

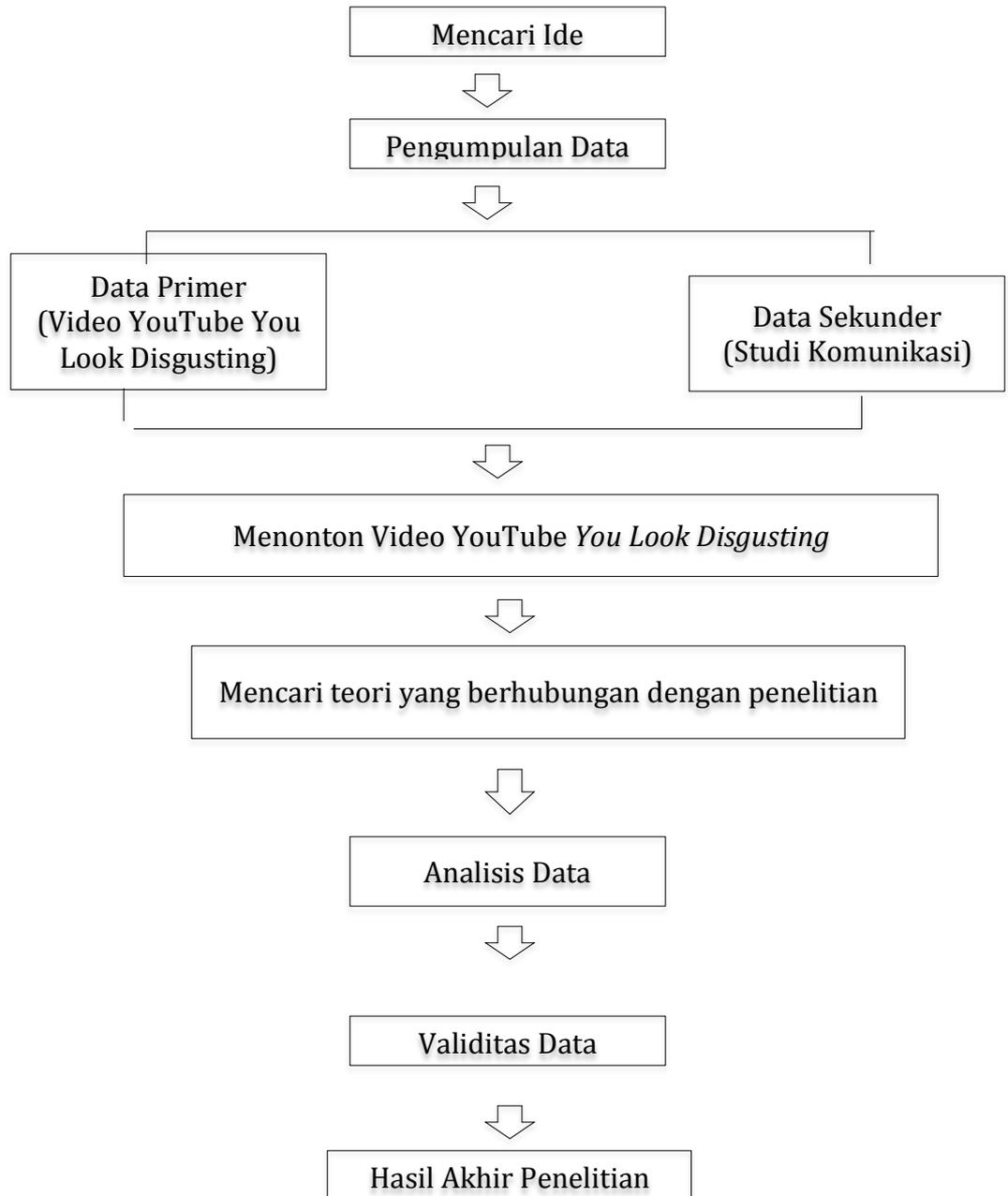
Dari hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat akan mengetahui bagaimana sebuah media merepresentasikan sebuah paham khususnya tentang kecantikan, sehingga masyarakat dapat lebih selektif dalam melihat sebuah nilai - nilai yang terkandung di dalam iklan tersebut.

#### **1.5 Tahapan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti telah melalui tahap menonton video YouTube *You Look Disgusting*, kemudian mencari teori yang berhubungan dengan penelitian. Teori semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika John Fiske dan teori-teori lain yang dianggap relevan dengan objek penelitian. Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis semiotika John Fiske terhadap video YouTube *You Look Disgusting* sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Setelah analisis selesai dilakukan, hasil data yang diperoleh peneliti akan melalui tahap validitas agar hasil analisis peneliti dapat diterima dan sesuai dengan ketentuan. Kemudian, setelah melalui tahap validitas data peneliti menemukan hasil akhir penelitian dan menyimpulkan hasil analisis dari video YouTube *You Look Disgusting*.

**Gambar 1.5**

**Tahapan Penelitian**



(Sumber : Data Oleh Peneliti 2015)

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di Bandung. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan Agustus 2015 – Desember 2015 di mulai pada saat pengambilan data pertama video *You Look Disgusting* hingga menuju hasil akhir penelitian.

**Tabel 1.6**  
**Waktu Penelitian**

Kegiatan	Bulan																						
	Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari		
Mencari Informasi Awal	■	■	■	■																			
Pengumpulan Data					■	■	■																
Penelitian Video									■	■	■	■											
Pengolahan Data													■	■	■	■							
Menyusun Laporan																	■	■	■	■			
Pengajuan Permohonan Sidang																	■	■	■	■			
Sidang Skripsi																					■	■	

(Sumber : Oleh Data Peneliti 2015)