

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Masih banyak media seperti televisi, media sosial (YouTube), majalah yang menggambarkan perempuan ideal itu memiliki tubuh yang langsing dan seksi, berkulit putih dan karakter yang lembut, penyayang dan pantas dibahagiakan. Sedangkan untuk perempuan bertubuh gemuk selalu digambarkan dengan karakter yang galak, mudah dibohongi dan pantas untuk disakitin. Mereka menampilkan di YouTube karena viewersnya sebagian besar anak remaja hingga dewasa yang di mana mereka sangat mudah untuk dipengaruhi, contohnya seperti pada film, sinetron dan video klip. Media seringkali menampilkan tubuh perempuan yang ideal itu berpostur tubuh langsing dan seksi di mana kriteria tersebut menjadi standar bagi laki-laki untuk mencari pasangan

Saat ini setiap perempuan yang mempunyai media massa pastilah tau mengenai postingan tubuh ideal yang menjadi idaman kaum hawa. Serta memunculkan penilaian dalam masyarakat yang mengkategorikan perempuan ideal yaitu dengan postur tubuh yang langsing. Sehingga muncul beberapa produk yang memanfaatkan hal tersebut untuk menarik perhatian konsumennya. Maka setiap perempuan yang ingin dikatakan ideal haruslah memiliki ciri-ciri meliputi tubuh yang langsing, tidak adanya lemak, bentuk perut yang datar, lekukan pada pinggang, payudara yang masih kencang, serta

pantat yang berisi. Masyarakat sangat menyoroti bentuk badan maupun berat badan yang dimiliki setiap wanita (Melliana, 2006, p. 1). Akibat dari konstruksi dalam media sosial tersebut dianggap dapat mengakibatkan persepsi dalam masyarakat secara sosial, bahwa setiap perempuan harus memiliki penampilan yang sesuai dengan media massa yang didasarkan pada media massa dijadikan sebagai cermin untuk melihat dunia secara selektif serta mampu berpengaruh pada citra dari lingkungan sosial tersebut (Rakhmat, 2012, p. 222).

Menurut Tarrow dalam (Dewi, 2009, p. 233) menyatakan bahwa teknologi informasi yang telah maju juga memberikan dorongan media massa untuk ikut serta dalam menyebarkan gerakan sesama perempuan. Hal ini bisa menjadi besar dalam proses menyebarkan gerakan perempuan tersebut kepada masyarakat yang berada di seluruh dunia. Dengan pembuktian bahwa banyaknya laki-laki yang mengkategorikan bentuk tubuh dari perempuan hanya dijadikan sebagai objek untuk bahan fantasi mencari kesenangan. Padahal perempuan pun memiliki aktivitas keseharian yang sama. Selain itu setiap wanita juga menggunakan media sosial yang dianggap sebagai bentuk eksistensi untuk diri sendiri (Kertamukti et al., 2018, p. 232)

Keuntungan yang sangat besar bisa didapatkan oleh media dengan menyatakan bahwa tubuh yang dimiliki perempuan layak diperjual belikan. Sehingga melalui pernyataan tersebut layak untuk dilakukan penelitian mengenai permasalahan yang telah dirasakan oleh pihak perempuan dalam memperjuangkan keadaan yang layak maupun sesuai dengan standar

masyarakat sebagai citra yang sebenarnya telah dibentuk bahkan tertanam pada setiap perempuan, ialah citra sebagai manusia yang harus selalu sempurna dengan mempunyai postur tubuh yang ideal serta dipandang dengan memiliki keindahan biologis. Namun yang berkembang pada masyarakat perempuan memiliki sisi kelemahan yang sebenarnya bersifat umum dan menyatakan bahwa setiap perempuan haruslah bisa melayani maupun memuaskan hasrat dari pihak laki-lakinya meliputi kegiatan seksual.

Konstruksi tubuh perempuan dalam media selalu digambarkan selalu dengan bentuk yang terlihat langsing dan putih. Sehingga perempuan dengan proporsi tubuh yang gemuk dapat dikatakan bahwa tubuh perempuan tersebut tidak memiliki keindahan yang mengakibatkan berkurangnya rasa percaya diri ketika ingin menampilkan fisiknya. Masyarakat yang berada pada wilayah negara timur memiliki pendapat mengenai perempuan ideal yang harus mempunyai bentuk tubuh yang langsing, memiliki wajah yang putih, warna kulit yang terang atau dikatakan kuning langsung, rambut panjang hitam yang terurai serta menggunakan pakaian yang seksi sebagai paradigma seluruh masyarakatnya (Mukti et al., 2015). Atau dapat dikatakan bahwa *bodi image* dari setiap perempuan sangatlah memiliki pengaruh berdasarkan penilaian langsung oleh lingkungan sekitar (Melliana, 2006, p. 1). Selain itu pada budaya yang merebak mengenai konsumen, tubuh akan memegang peran yang sangat penting didasarkan pada setiap tubuh manusia memberikan identitas dari manusia tersebut yang didasarkan pada segala konsumsinya (Rosida, 2018, p. 86). Perlu diketahui media massa akan selalu menuntut setiap perempuan agar

mempunyai bentuk tubuh yang sangat sempurna. Berdasarkan penilaian secara sosial wanita ideal pastilah memiliki bentuk tubuh yang langsing.

Sebenarnya hal tersebut digunakan sebagai cara untuk menarik konsumen untuk bisa membeli produk yang dimilikinya. Sehingga peneliti berpendapat bahwa akan menimbulkan jejak bahwa perempuan selalu mendahulukan fisiknya agar menjadi sempurna walaupun di media massa. Namun perlu diketahui ketika setiap perempuan mengejar tubuh idealnya dimana suatu waktu nanti bisa mengalami perubahan standart dari ideal yang didasarkan pada zaman yang akan selalu berkembang. Sebenarnya bagian dada, pinggul, maupun pinggang tidak bisa dijadikan sebagai patokan ideal namun zaman selalu memiliki perubahan untuk menjadi patokannya (Melliana, 2006, p. 62).

Daya tarik yang dimiliki setiap perempuan terletak pada penampilan fisiknya yang selalu menjadi kebanggaan setiap masyarakat (Melliana, 2006, p. 16). Dalam buku “Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan” yang ditulis oleh Melliana dengan menyatakan stereotip fisik sebagai dasar dalam menilai daya tarik dari penampilan fisik setiap perempuan berdasarkan lingkungan sosial. Salah satu contoh yang berkembang di masyarakat bahwa perempuan cantik akan selalu memiliki tubuh ideal, warna kulit yang putih serta mulus, dan rambut panjang yang berkilau. Realitas tersebut telah diciptakan oleh media dengan anggapan hal baik yaitu perempuan yang langsing serta hal buruk berarti perempuan dengan tubuh yang gemuk (Nurfazrin & Raturahmi, 2016). Apabila kriteria tersebut tidak terpenuhi akan

muncul ungkapan perempuan tersebut bukanlah perempuan yang cantik. Yang didasarkan pada cantik selalu berkaitan dengan tubuh yang memiliki bentuk ideal. Seseorang akan mendapatkan tekanan batin jika harus mengikuti standar kecantikan, dimana pada setiap zamannya standar kecantikan akan berubah meskipun tetap pada porosnya yaitu memiliki tubuh yang langsing dan putih.

Hal itu berdampak pada kesehatan mental seseorang (Daradjat, 2020, p. 13) bahwa tekanan batin akan selalu muncul yang dikarenakan perasaan yang merasa dirinya tidak cantik maupun tidak memiliki bentuk tubuh yang dianggap ideal. Selain itu pada hubungan sosial, masyarakat akan menganggap perempuan tersebut sangatlah tidak dapat menarik perhatian sehingga dapat menimbulkan perlakuan dimana perempuan tersebut dianggap memiliki kekurangan fisik yang signifikan. Pujian akan selalu diberikan apabila memiliki fisik yang mumpuni walaupun tidak didasarkan pada kualitas diri. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa penampilan fisik dianggap sebagai hal utama yang harus didahulukan setelah itu baru memperbaiki kualitas diri dari seorang perempuan (Melliana, 2006, p. 17).

Sebenarnya terdapat faktor yang mempengaruhi munculnya budaya, sosial, maupun sistem dari negara yang melakukan pengabaian perempuan atau menganggap perempuan bukanlah hal yang utama. Sebenarnya Anastasia Melliana dalam bukunya dengan memiliki judul 'Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan (Melliana, 2006, p. 16) telah menentukan fisik sebagai daya tarik setiap perempuan. Melalui polling dapat diketahui bahwa generasi saat ini memberikan tuntutan kepada perempuan dengan banyak hal, meliputi

setiap perempuan haruslah memiliki pengetahuan yang luas, supel serta humoris, rasa kepercayaan diri yang tinggi maupun kondisi fisik yang harus mampu menarik perhatian. Pada buku tersebut pula menyatakan bahwa penampilan fisik setiap perempuan juga didasarkan pada kondisi sekitarnya. Sehingga tujuan setiap perempuan adalah menjadi cantik agar dapat menarik perhatian lawan jenis untuk menjadi pasangannya. Perempuan dianggap tidak memiliki kecantikan melalui budaya pihak laki-laki dan tetap milik laki-laki (Wolf, 2004, p. 116) bahwa perempuan adalah makhluk yang distereotipkan lemah, perempuan bukannya dilindungi, justru diperdaya karena kelemahannya tersebut (Sugihastuti & Suharto, 2016, p. 306)

Media massa sebagai salah satu sarana yang menerapkan setiap perempuan diharapkan mempunyai bentuk tubuh dengan sempurna dan bisa menjadi cantik. Salah satu contohnya yang tertuang pada video klip dari Yura Yunita yang memiliki judul Tujur Batin. Video klip tersebut telah dirilis pada tanggal 7 Maret 2022 yang terdapat dalam album Video klip Yura Yunita dengan judul yang sama dengan secara gamblang menampilkan fenomena dengan kampanye ajakan setiap perempuan agar mampu dan berusaha mencintai tubuhnya terlebih dahulu, yang didasarkan pada rasa positif yang akan timbul ketika mencintai diri sendiri dan mampu merasakan bahagia dalam setiap harinya tanpa perlu harus memikirkan pendapat orang lain yang meliputi pernyataan bahwa setiap perempuan cantik wajib memiliki fisik yang sempurna.



Gambar 1.1 Video Klip Yura Yunita – Tutur Batin

(sumber : www.youtube.com)

Gambar diatas adalah salah satu contoh scene yang terdapat dalam video klip Tutur Batin – Yura Yunita, dimana dalam scene tersebut diperlihatkan seorang perempuan yang memiliki tubuh besar sedang memilih baju yang akan dikenakan saat bertemu dengan sahabatnya, sebelum akhirnya memilih baju yang tertutup perempuan tersebut sempat berkaca dengan menggunakan baju yang sedikit terbuka, ia pun menggeleng-gelengkan kepala mengartikan bahwa dia merasa tidak percaya diri atau *insecure* dengan bentuk tubuhnya jika menggunakan baju yang terbuka. Terkadang perempuan berdiam diri saat dihina oleh teman maupun sahabat karena mereka menganggap hinaan yang diterimanya memang patut ia terima, karena ia merasa insecure dengan bentuk tubuhnya (Semai Jiwa Amini, 2008, p. 19)

Aku tak sempurna

Tak perlu sempurna

Akan kurayakan apa adanya

Kalimat tersebut merupakan penggalan dari lirik lagu Yura Yunita dengan judul “Tutur Batin”. Permasalahan perempuan dimulai mengenai penampilannya, maupun dandanan, bentuk tubuh maupun pakaian yang dipakainya. Berdasarkan kegiatan observasi yang dilakukan oleh peneliti, masih ditemukannya beberapa iklan, film bahkan video klip yang masih menganggap perempuan yang cantik haruslah memiliki fisik, bentuk tubuh yang dianggap indah, warna kulit putih, serta memiliki rambut panjang yang berkilau. Misalnya pada iklan komersil tentang produk sabun mandi dimana yang menjadi artisnya selalu perempuan dengan fisik yang sempurna dengan sengaja melakukan penampilan tubuh yang berguna untuk membuat konsumen membeli produk mereka. Sebenarnya hal tersebut memiliki efek buruk seperti setiap perempuan merasa kurang percaya diri dan membandingkan dirinya dengan objek sabun tersebut.

Selain video klip Yura Yunita yang berjudul Tutur batin tersebut, masih terdapat pula beberapa video klip lain dengan bertujuan membuat perubahan agar setiap perempuan yang dianggap tidak masuk kategori ideal meliputi badan gemuk maupun kondisi yang membuat kurang percaya diri agar bisa mendahulukan mencintai diri sendiri. Serta sebagai bentuk penghilangan pemikiran masyarakat dimana setiap perempuan wajib menjadi cantik serta memiliki bentuk tubuh yang sempurna yang sebenarnya hanya menjadi bentuk konstruksi sosial yang didasarkan pada budaya, sehingga ditemukan masih adanya video klip dengan mengangkat fenomena tersebut yang sesuai dengan video klip dari Yura Yunita dengan judul “Tutur Batin”.



Gambar 1.2 Video Klip Tika & The Dissidents – Tubuhku Otoritasku

(sumber : www.youtube.com)

Video klip sebagai bentuk pembandingan yang pertama adalah milik Tika & The Dissidents dengan judul Tubuhku Otoritasku, dimana memiliki jalan cerita yang berisikan perbedaan meliputi tampilan, bentuk maupun karakter setiap perempuan. Secara umum, video klip musik tertentu selalu berisikan salah satu dari tubuh perempuan contohnya mengusung bagian mengenai perbedaan bentuk tubuh maupun warna kulit namun dalam video klip tersebut berisikan berbagai pandangan dari bentuk badan yang kurang atau pendek, warna kulit cenderung gelap, serta perempuan yang memiliki tato. Lagu ini, bagi Tika serta kawan-kawannya di band adalah seruan kepada perempuan-perempuan untuk mencintai dirinya dan segala keunikan tubuhnya, serta seruan kepada semua bahwa tubuh perempuan adalah miliknya dan bukan hak siapapun kecuali dirinya sendiri. Secara analitis, konsep feminisme tidak hanya sekedar berhubungan dengan proses perubahan tetapi juga pada konsep perempuan itu sendiri (Wieringa, 2010, p. 62)



Gambar 1.3 Video Klip Asmara – Pacar Rahasia

(sumber : www.youtube.com)

Dalam video klip berdurasi sekitar empat setengah menit ini, Asmara Band menampilkan perbedaan bentuk tubuh dan karakter antara perempuan bertubuh gemuk dan perempuan bertubuh langsing yang seksi. Video klip ini menceritakan tentang suami yang berselingkuh dengan perempuan bertubuh langsing dan seksi karena istrinya memiliki postur tubuh yang gemuk. Laki-laki tersebut menganggap bahwa memiliki perempuan bertubuh langsing dan seksi lebih membahagiakan. Dalam video klip tersebut juga digambarkan bahwa perempuan bertubuh gemuk membuat suami takut dan merasa kurang nyaman. Hal tersebut terlihat dari perbedaan perlakuan suami kepada istri dan selingkuhannya. Bahkan ia rela menyembunyikan selingkuhannya dari sang istri agar dia bisa tetap merasa bahagia.



Gambar 1.4 Video Klip Dhyo Haw – Jangan Takut Gendut

(sumber : www.youtube.com)

Video selanjutnya mengisahkan seorang perempuan dengan tubuh yang berisi serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan tetapi rasa percaya diri tersebut menjadi menurun yang didasarkan telah ditinggal pasangannya berselingkuh dengan perempuan yang memiliki tubuh sempurna dengan perawakan yang tinggi dan kurus. Sehingga perempuan tersebut berupaya untuk menurunkan berat badannya dengan cara mengurangi porsi makan dan olahraga akan tetapi usaha tersebut belum membuahkan hasil. Akan tetapi pihak lelaki yang berepan menjadi pasangannya berakhir kembali lagi ke pelukannya dimana semua pemikiran negatifnya ternyata salah dan setelah itu rasa percaya dirinya pun meningkat.

Penggunaan video klip dari Yura Yunita dengan judul “Tutur Batin” digunakan bukan tanpa alasan melainkan dalam video tersebut mengisahkan kaum perempuan dengan segala hal yang terjadi pada kehidupannya serta sebagai perwakilan dari perempuan yang dituntut untuk menjadi sempurna di media walaupun keadaan tidak seindah media. Yura Yunita secara khusus untuk

mengajak seluruh perempuan di negeri ini untuk dapat mencintai dirinya terlebih dahulu meskipun terdapat beberapa kekurangan secara fisik dan tidak perlu terlalu merespon pandangan masyarakat sekitar yang menganggap perempuan ideal pastilah memiliki bentuk dan tampang yang sempurna. Peneliti sendiri telah menemukan media massa hanya berisikan perempuan yang dinyatakan cantik serta sempurna dan dapat menarik perhatian lawan jenis.

Video klip tersebut juga memiliki amanat sosial yang ingin diberitahukan kepada seluruh perempuan untuk menerima dirinya sendiri meskipun dikatakan bukanlah bentuk tubuh yang ideal, menutupi kekurangan dengan make up padahal tampil apa adanya sudah menjadikan perempuan tersebut menjadi sempurna dengan caranya. Sangat disayangkan media massa sekarang ini sudah melakukan pemanfaatan perempuan guna kepentingan secara pribadi. Perempuan sebenarnya memang selalu menganggap penampilan dan pakaian yang dikenakan sebagai masalah. Dari penelusuran peneliti didapatkan beberapa film, video klip maupun sosial media yang menunjukkan perempuan dengan warna kulit yang putih, tubuh yang dianggap ideal, penggunaan make up yang dirasa membuat kecantikan semakin bertambah. Hal tersebut sebenarnya membuat beberapa perempuan kurang percaya diri yang didasarkan pada kekurangan fisik yang dimilikinya.

Alasan peneliti menggunakan video klip “Tutur Batin” didasarkan pada media sosial yang terus menunjukkan bentuk tubuh secara ideal meliputi tubuh ramping serta mengenakan pakaian yang seksi, dalam video klip tersebut digunakan untuk melawan konstruksi dari tubuh perempuan yang telah didikte dalam media. Untuk lebih jelasnya mengenai segala perlawanan pihak perempuan

akan ditunjukkan secara detail berdasarkan setiap teks pada video klip dengan perlawanan perempuan mengenai konstruksi dari tubuh ideal yang didikte oleh media. Sebenarnya pernyataan tersebut sesuai dengan pengungkapan Wolf yang menyatakan setiap bentuk perlawanan dari kaum perempuan dengan mempergunakan teks sebagai petunjuk bahwa perlawanan tersebut memang ada untuk menghilangkan segala konstruksi yang sebelumnya membungkam kaum perempuan.

Sebagai bentuk gambaran originalitas karya peneliti menggunakan referensi jurnal penelitian lain seperti milik Ida Rosida pada tahun 2018 dengan Judul Penelitian “Tubuh Perempuan dalam Budaya Konsumen : Antara Kesenangan Diri, Status Sosial, dan Nilai Patriarki” dalam jurnal ini membahas mengenai bagaimana tubuh perempuan dijadikan pertarungan ideologi kapitalisme, konsumerisme, dan patriarki. Penelitian ini menggunakan teori Tubuh Perempuan dengan metode yang digunakan adalah metode Cultural Study. Jurnal referensi kedua milik Machya Dewi pada tahun 2009 dengan judul penelitian “Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan” dalam jurnal ini peneliti membahas mengenai banyaknya isu tentang perempuan yang semakin gencar karena ketidakadilan yang diterima oleh perempuan dalam media massa. Penelitian ini menggunakan Teori Ragam Isu perempuan dengan metode yang digunakan adalah semiotika.

Referensi jurnal ketiga yaitu milik Firdah Nurfazzin dan Leadya raturahmi pada tahun 2016 dengan judul “Representasi Citra Perempuan dalam Iklan WRP versi Limited Edition” dalam penelitian ini membahas mengenai standar tubuh

perempuan yang ideal yang pantas ditampilkan dalam media massa seperti iklan. Penelitian ini menggunakan metode survey. Jurnal referensi keempat yaitu milik Rama Kertamukti, Heru Nugroho, dan Bayu Wahyono pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram” dalam jurnal ini membahas mengenai bagaimana perempuan kelas menengah menampilkan pekaianya dalam Instagram agar mereka dapat dicap sebagai perempuan kelas atas oleh orang lain tanpa memperdulikan status kelasnya sendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Wacana Tekstual. Jurnal referensi yang terakhir yaitu milik Imam Mukti, M Iqbal Sultan, dan Tuti Bahfiarti pada tahun 2015 dengan judul penelitian “Semiotika Ikon Perempuan Pada Iklan Mobil dalam Majalah Otomotif Autoexpert” dalam penelitian ini membahas bagaimana tubuh perempuan hanyalah dijadikan objek untuk menarik konsumen atas produknya. Tubuh perempuan dieksploitasi untuk dijadikan bahan komersial dalam industry periklanan.

Melalui beberapa referensi diatas peneliti akan memfokuskan bagian mengenai pertanyaan bagaimana tubuh perempuan dalam video klip Yura Yunita dengan judul “Tutur Batin”. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini meliputi video klip milik Yura Yunita serta objeknya berupa penggambaran dari tubuh kaum perempuan. Selanjutnya peneliti mengkaji seputar bagaimana tubuh perempuan digambarkan pada video klip “Tutur Batin” dilihat secara segi semiotik. Semiotik tersebut sebagai pendekatan yang bertujuan sebagai proses analisis dari teks media. Untuk teks media akan dituliskan secara struktur berupa tanda dengan memiliki makna tunggal mengenai pesan yang tersembunyi.

I.2 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, bahwa permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah : Bagaimana penggambaran tubuh perempuan dalam video klip Yura Yunita berjudul “Tutur Batin”?

I.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada fokus penelitian yang di angkat maka peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana perempuan digambarkan dalam video klip Yura Yunita yang berjudul “Tutur Batin”

I.4 Batasan Masalah

Subjek pada penelitian ini adalah Video klip Yura Yunita yang berjudul “Tutur Batin” sedangkan objek dari penelitian ini adalah Penggambaran tubuh perempuan dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce

I.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis penelitian ini ialah untuk menambah pengetahuan mengenai komunikasi media dan film, serta menjadi referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan metode semiotika.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dipilih untuk menunjukkan bagaimana media massa menggambarkan tentang tubuh perempuan yang di tuntutan untuk sempurna dan tidak memiliki hak atas tubuhnya sendiri.