

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Penelitian ini berfokus pada adanya Standar kecantikan yang ditampilkan dalam Film “*She was pretty*” versi 3 negara yaitu Korea, Jepang dan Malaysia. Dilihat dari sejarahnya, standar kecantikan pada perempuan sudah tercipta sejak lama dan seiring berjalannya waktu standar tersebut juga memiliki perubahan. Adanya perubahan, biasanya dapat dipengaruhi oleh kondisi sosial, ekonomi serta politik yang ada di lingkungan masyarakat. Standar kecantikan di Indonesia telah terbentuk sejak zaman kolonial. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, standar kecantikan ini mengalami perubahan yang signifikan. Di era milenial saat ini, kriteria untuk menjadi cantik bagi perempuan menjadi lebih beragam ((Sinta,2020 dalam Putri & Kusumastuti, 2023 p.94).

Tidak hanya iklan atau program yang tayang di media tradisional, tetapi media *online* juga turut berperan dalam memperkuat standar kecantikan di masyarakat. Melalui berbagai konten dan iklan di platform digital, standar kecantikan terus dipromosikan sehingga dianggap sebagai keharusan bagi perempuan untuk dianggap cantik di lingkungan sekitarnya.

Dalam kehidupan yang penuh dengan realitas, baik dalam film maupun dalam peran kita sebagai penonton, setiap individu tidak hanya menyaksikan, tetapi juga berperan sebagai aktor dalam panggung realitas yang ada. Film sebagai salah satu bentuk komunikasi massa selalu mencerminkan gambaran masyarakat tempat

film tersebut diproduksi. Film senantiasa merekam perkembangan dan dinamika sosial dalam masyarakat, yang kemudian direpresentasikan di layar (Sobur, 2013 p.127).

Dari pembahasan diatas, topik ini akan mengarah pada realitas perempuan yang ada pada film dan menyajikan representasi standar kecantikan yang erat kaitannya dengan konsep hegemoni, yang mencakup kecenderungan media mempromosikan standar fisik tertentu sebagai "ideal." Dalam banyak adegan, karakter perempuan dihadapkan pada ekspektasi fisik yang ideal, seperti tubuh langsing, kulit putih, dan penampilan menarik. Hal ini menciptakan tekanan bagi wanita untuk memenuhi standar tersebut, yang sering kali tidak realistis dan berakar pada budaya patriarki.

Hegemoni kecantikan dalam konteks ini tampak jelas karena menunjukkan bahwa daya tarik fisik sering kali menjadi syarat utama dalam percintaan dan pekerjaan, menggambarkan narasi bahwa kecantikan adalah faktor penting dalam penerimaan sosial. Melalui plotnya, film ini secara tidak langsung menyoroti tekanan sosial yang dialami perempuan untuk memenuhi ekspektasi ini, menunjukkan bahwa perubahan penampilan fisik sering dianggap sebagai jalan menuju kebahagiaan atau kesuksesan.

Menurut (Tri Widuri et al., 2023), dominasi budaya Barat dalam menentukan standar kecantikan global telah memperkuat anggapan bahwa kecantikan identik dengan kulit putih. Citra kecantikan Eropa yang sering ditampilkan di berbagai media global mempengaruhi pandangan masyarakat Asia,

termasuk di Korea, Jepang, dan Malaysia, yang kemudian mengadopsi standar ini. Di dunia hiburan, film, dan iklan, artis dan model dengan kulit putih sering menjadi simbol kecantikan ideal. Dominasi ini semakin menguat ketika media sosial seperti Instagram dan Facebook mulai digunakan secara luas, menampilkan sosok-sosok berkulit putih yang dianggap lebih menarik atau fotogenik. Media sosial memungkinkan standar kecantikan Barat menyebar lebih cepat dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, sehingga anggapan bahwa kecantikan adalah “kulit putih” menjadi sesuatu yang dianggap wajar.

Di Korea Selatan, standar kecantikan Barat semakin mengakar dikarenakan adanya fenomena atau gelombang “*Westernization*” dalam industri kecantikan. Ini menjadikan banyak perempuan Korea menjalani operasi kosmetik untuk mendapatkan tampilan wajah ala Barat, seperti hidung mancung dan kelopak mata ganda, yang dianggap lebih menarik. Proses ini menunjukkan bahwa hegemoni Barat tidak hanya memengaruhi warna kulit tetapi juga fitur wajah yang dianggap ideal. Hegemoni ini berlangsung melalui iklan dan media yang terus mempromosikan wajah “ideal” berdasarkan standar kecantikan Barat. Di Jepang, meskipun ada kebanggaan pada kecantikan lokal, banyak perempuan Jepang yang menginginkan kulit putih ala Eropa karena dianggap lebih bersih dan modern (Tri Widuri et al., 2023.). Demikian pula di Malaysia, pengaruh Barat yang kuat mengubah preferensi kecantikan masyarakatnya, terutama di kalangan urban, yang lebih terpapar pada media sosial dan mode barat.

Pengaruh budaya Barat dalam mendominasi standar kecantikan kulit putih juga menciptakan tekanan sosial yang dirasakan oleh banyak individu di negara-

negara Asia, terutama di kalangan generasi muda. Sejumlah survei dan studi menunjukkan bahwa semakin banyak remaja dan dewasa muda di Asia yang mulai menggunakan produk pemutih kulit atau bahkan mempertimbangkan operasi kosmetik sebagai cara untuk “memperbaiki” penampilan mereka. Dampak psikologis dari hegemoni ini tidak hanya menimbulkan rasa tidak puas terhadap penampilan diri, tetapi juga meningkatkan standar kecantikan yang tidak realistis di masyarakat. Orang-orang yang tidak memiliki kulit putih atau fitur wajah tertentu sering kali merasa rendah diri atau kurang percaya diri, yang memperkuat pandangan bahwa kecantikan lokal dianggap kurang ideal. Hegemoni budaya Barat dalam hal ini menimbulkan standar kecantikan yang homogen, yang berpotensi mereduksi keragaman kecantikan alami di Asia dan membuat masyarakat semakin bergantung pada produk-produk kecantikan global.

Menurut Swanson ((Rizki et al., p.186-192) membahas mengenai kecantikan luar (wajah) karena mengiklankan kosmetik wanita. Iklan ini berisi sebuah foto dan gambar sugestif, di mana keriput (kulit berkedut), bintik-bintik (kulit bernoda), dan kulit kering digambarkan sebagai masalah wanita. Dengan demikian, iklan ini menyiratkan bahwa seorang wanita harus menjadikan masalah-masalah tersebut sebagai musuh yang harus dihilangkan. Perempuan Malaysia juga tidak akan cantik jika mereka memiliki kulit yang keriput, berbintik-bintik, dan kering. Selain itu, dapat diamati bahwa petunjuk alami, aman dan efektif (alami, aman namun efektif) merupakan nilai jual yang kuat untuk alat bantu kecantikan, seperti yang diiklankan. Hal ini menggambarkan bahwa wanita memiliki ketakutan untuk menggunakan produk kimia yang tidak aman dan tidak efektif. Di sisi lain,

penggunaan dua jenis kulit wajah yang berbeda, sebelum dan sesudah menggunakan produk, dapat diibaratkan sebagai penjualan sihir karena perubahan masalah kulit menjadi kulit yang halus, cerah dan awet muda seperti sulap (Cho, 2015 p .22). Meskipun sebagian besar wanita menyadari bahwa sulap adalah ilusi belaka dan tidak nyata, mereka menjadi terpesona dengan perubahan ini dan menjadi rentan untuk percaya bahwa itu nyata. Selanjutnya standar kecantikan Malaysia adalah perempuan yang mendapatkan perhiasan dari lawan jenis.

Secara umum, delapan gambar delapan gambar perempuan muda dengan tindakan dan gerak tubuh mereka menggambarkan karakteristik mereka, di mana mereka percaya diri, aktif dan kreatif, love life, hidup damai, attractive, menghargai tradisi dan sangat ambisius (Rizki et al., p.186-192).

Di Malaysia, standar kecantikan cenderung lebih kompleks karena dipengaruhi oleh keragaman etnis dan budaya, tetapi pengaruh hegemoni budaya Barat tetap sangat terasa. Meskipun banyak masyarakat Malaysia yang memiliki kulit gelap atau sawo matang, iklan dan media sering kali menampilkan sosok dengan kulit yang lebih cerah sebagai ikon kecantikan. Industri kecantikan di Malaysia juga mulai gencar mempromosikan produk pemutih kulit, yang menunjukkan bahwa kecantikan ideal telah mengalami pergeseran seiring dengan dominasi budaya barat dan standar kecantikan global(Chen et al., 2020).

Di sisi lain, perempuan yang juga memiliki kecantikan intrinsik karena kepribadian mereka dan juga memiliki kepercayaan diri yang tinggi dengan memiliki citra muda dengan karakteristik cerdas, ceria, percaya diri bahkan pada

saat-saat terburuk sekalipun, dan cantik secara alamiah, tidak seperti yang ditemukan dalam penelitian terdahulu yang melaporkan bahwa sebagian besar citra perempuan sering digambarkan dengan citra bodoh, biasanya mereka yang berambut pirang ((Norton, 1999) dalam Rizki et al., p.186-192.).

Faktor budaya berperan penting dalam menentukan standar kecantikan. Contohnya, kulit cerah dianggap memiliki status sosial tinggi di beberapa budaya, sementara di budaya lain, kulit gelap dianggap sebagai tanda kecantikan atau kesehatan yang baik. Seiring perkembangan zaman, revolusi standar kecantikan didorong oleh teknologi melalui iklan, film, dan platform media sosial, yang menyebarkan standar kecantikan secara luas dan cepat. Misalnya, di masa lalu, tubuh berisi dianggap sebagai tanda kesehatan dan kekayaan, sedangkan kini, tubuh ramping menjadi ideal. Pertukaran budaya dan ide tentang kecantikan menyebabkan percampuran dan penyatuan standar kecantikan di berbagai belahan dunia.

Dalam film “She Was Pretty”, standar kecantikan dari 3 negara tersebut menampilkan bagaimana representasi ditunjukkan melalui adanya perubahan penampilan yang dibawa oleh pemeran utama. Ia mendapatkan perilaku buruk dari lingkungan sekitarnya pada saat penampilannya masih jelek. Dalam konteks standar kecantikan yang digambarkan dalam drama ini, terdapat penggambaran mengenai pentingnya penampilan fisik dalam masyarakat kita saat ini. Karakter utama, Kim Hye-jin, mengalami transformasi drastis dari seorang wanita yang dianggap tidak menarik menjadi wanita yang cantik dan modis. Hal ini

mencerminkan bagaimana penampilan fisik sering kali dianggap sebagai faktor penentu dalam menilai seseorang.

Film "She Was Pretty" ini menggambarkan karakter-karakter dan narasi cerita yang sering kali mencerminkan standar kecantikan yang berbeda-beda, tergantung pada negara di mana film tersebut diproduksi atau ditayangkan. Standar kecantikan yang ada pada tiap negara tentunya akan selalu berubah seiring berjalannya waktu dan budaya (Barunea,2015 dalam Jessia & Pribadi, 2022 p.2). Dengan adanya budaya yang masuk dan membawa berbagai standar kecantikan yang baru, banyak cara maupun langkah yang dilakukan dalam memenuhi tren standar kecantikan masa kini.

Dalam pembahasan ini, kita akan melihat beberapa contoh drama lain yang menggambarkan perjalanan karakter dalam menemukan makna kecantikan dan identitas diri mereka, serta bagaimana hal ini tercermin dalam naratif dan visual drama tersebut. Film "*She Was Pretty*," objek penelitian ini, adalah salah satu film Korea yang mengangkat isu tersebut, diadaptasi dari webtoon populer karya Yaongyi. Drama ini menceritakan ketidakpercayaan diri terhadap penampilan yang sebenarnya, yang ditutupi dengan riasan wajah. Makna dari film ini membahas citra tubuh dan kecantikan yang sangat relevan dalam budaya Korea dan secara global. Korea Selatan dikenal dengan standar kecantikannya yang sangat tinggi serta industri kosmetik yang sangat maju. Drama "*She Was Pretty*" tidak hanya meraih popularitas di Korea Selatan, tetapi juga di berbagai negara lain seperti Malaysia dan Jepang. Representasi kecantikan dalam film ini digambarkan melalui karakter utama yang merasa tidak cukup cantik dan berusaha melakukan perubahan fisik dan

perilaku, yang mengubah persepsi dirinya dan cara orang lain memandang kecantikan.

Dalam meneliti standar kecantikan dalam film "*She Was Pretty*" menggunakan teori Analisis Semiotika Peirce, peneliti dapat menganalisis berbagai simbol dan tanda yang digunakan dalam representasi kecantikan. Metode ini dapat mengidentifikasi simbol-simbol visual yang digunakan untuk merepresentasikan kecantikan, seperti wajah yang simetris, kulit yang bersih, dan rambut yang panjang dan lurus. Analisis semiotika Peirce memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang terkandung dalam simbol-simbol visual tersebut dan bagaimana simbol-simbol tersebut memengaruhi persepsi kecantikan. Peneliti juga dapat menganalisis tanda-tanda linguistik, seperti dialog antar karakter, narasi, dan teks yang muncul dalam film. Melalui pendekatan Semiotika Peirce, peneliti dapat memahami bagaimana bahasa dan simbol digunakan untuk memperkuat atau mereduksi standar kecantikan dalam konteks film tersebut.

Setelah pembahasan diatas, peneliti akan menjelajahi beberapa penelitian terdahulu yang membahas secara tajam mengenai topik ini. Ada 5 jurnal komunikasi yang memuat persamaan mengenai Standar kecantikan. Jurnal milik (Jessia & Pribadi, 2022) berfokus pada serial drama ini mengangkat tema kecantikan yang berfokus pada penampilan fisik, terutama wajah. Selain itu, keindahan dari dalam (*inner beauty*) juga digambarkan melalui karakter utama dan alur ceritanya. Lalu jurnal milik (Malahayati et al., 2022) memuat mengenai kecantikan pada iklan Somethinc x Lifni Sanders 2020 direpresentasikan dengan kepercayaan diri. Jurnal milik (Satria & Junaedi, 2022) dimana media

mengistimewakan kecantikan perempuan barat / blasteran dan menganggapnya sebagai perempuan yang ideal. (Cornellia Yulin Esther Dita et al., 2023) Menunjukkan bahwa tidak ada satu definisi tunggal untuk rambut yang ideal atau indah. Setiap perempuan bebas mengekspresikan dirinya dan tampil cantik dengan gaya rambut yang sesuai dengan keinginannya masing-masing. Yang terakhir adalah milik (Garcia & Winduwati, 2023) menyatakan bahwa standar kecantikan menekankan bahwa perempuan harus memiliki tinggi dan bentuk tubuh yang dianggap ideal, yaitu tubuh yang ramping, perut yang rata, dan bebas dari lemak.

Dari kelima jurnal diatas, ditemukan adanya persamaan yang membahas mengenai standar kecantikan dari masing-masing media dan adanya berbagai macam standar kecantikan sesuai dengan pandangan masing-masing. Perbedaan dari kelima jurnal tersebut terdapat pada media dan subjek yang juga menghasilkan sudut pandang yang berbeda pula.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana Representasi Standar Kecantikan dalam Film “*She Was Pretty*” versi tiga negara?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Representasi Perbandingan Standart Kecantikan dalam Film “*She Was Pretty*” versi tiga negara.

1.4 Batasan Masalah

1.4.1 Subjek Penelitian Drama “*She Was Pretty*” versi 3 negara yaitu Korea, Jepang dan Malaysia.

1.4.2 Objek penelitian ini adalah Representasi perbandingan Standar Kecantikan.

1.4.3 Metode yang digunakan adalah Analisis Semiotika Charles Pierce.

Batasan Masalah dalam penelitian ini akan difokuskan pada Representasi yang terdapat pada Drama *She Was Pretty* menggunakan metode Semiotika Charles Sanders Pierce yang berfokus pada simbol dan tanda yang digunakan dalam representasi kecantikan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beragam manfaat kepada pembaca, baik dari segi teoritis maupun praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu di bidang komunikasi, khususnya dalam penelitian analisis semiotika, serta menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan dan jawaban secara spesifik mengenai bagaimana perbandingan Representasi Standar Kecantikan dalam film “*She Was Pretty*” versi Tiga Negara. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru bagi para penggiat film atau serial, serta

membantu pembaca dalam memahami pesan yang disampaikan melalui karya audio-visual atau serial secara lebih mendalam dan kritis.