

KONSEP CANTIK DAN REALITAS KECANTIKAN BENTUKAN MEDIA

Fitria Yuliani, Juliana Kurniawati, Mely Eka Karina

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

ABSTRAK

Media memiliki peran dalam pembentukan konsep “cantik” pada khalayak yang berujung pada konstruksi realitas kecantikan yang mana merupakan hasil dari bentuk media. Realitas kecantikan ideal kemudian menjadi “standar” bagi perempuan dan dianggap sebagai sebenar-benarnya realitas karena besarnya pengaruh media. Hal ini pada dasarnya dikarenakan konsep “cantik” dan “kecantikan” tanpa disadari tertanam dan dipahami kemudian disepakati sebagai sebuah standar yang tanpa disampaikan secara lisan pun hal tersebut tergambar dari bagaimana media menggambarkan kecantikan dengan menampilkan orang-orang yang memiliki kriteria tertentu. Kritik atas standar kecantikan bentuk media pun banyak disampaikan dan dituangkan dalam konten media sosial, sehingga mulai ada perubahan-perubahan dalam cara pandang untuk menetapkan standar “cantik” dan “kecantikan”, meskipun demikian konsep cantik dan standar kecantikan tersebut tidak berlari jauh dari konsep yang sebelumnya tentang “cantik” dan kecantikan” dimana putih, tinggi, langsing masih menjadi tolak ukur pertama dalam memandang kecantikan seseorang. Lagu All About that Bass yang pernah dibawakan oleh penyanyi Manca Negara Meghan Trainor menjadi bentuk suara yang berusaha mengubah pandangan tentang konsep “cantik” dan “kecantikan”, dimana konsep cantik dan kecantikan tersebut adalah narasi modern yang berusaha dipatahkan melalui pesan yang berusaha disampaikan melalui sebuah karya seni.

Kata kunci : Konsep, cantik, realitas, media.

PENDAHULUAN

Berbicara tentang konsep, kita berbicara tentang ide atau gagasan yang diabstraksikan dari peristiwa atau pengalaman konkret sebagaimana yang dikemukakan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Karenanya konsep berkenaan dengan apa yang kita pahami, dari apa yang kita ketahui dan kita yakini karena didasari oleh peristiwa dan pengalaman konkret kita. Begitu pula saat berbicara tentang konsep cantik dan kecantikan. “*Cantik itu putih, cantik itu kurus, cantik itu seksi*”, dan serangkaian kata sifat lainnya yang menggambarkan tentang kecantikan seorang perempuan. Tidak dapat kita pungkiri konstruksi pemahaman kita (baik dari kaum laki-laki maupun perempuan itu sendiri) tentang “kecantikan ideal” tidak terlepas dari penggambaran – penggambaran tersebut.

Tentunya konsep tersebut tidak serta merta terkonstruksi dalam pemahaman kita. Namun berdasarkan pengalaman, pengetahuan, informasi yang kita dapatkan dimana media memiliki peran yang besar dalam mengkonstruksi pemahaman khalayak, sehingga disadari ataupun tidak konsep cantik yang terbentuk dalam pemahaman kita sedikit banyak dipengaruhi oleh konsep cantik yang ditampilkan oleh media baik dalam iklan televisi, film, poster dan lain sebagainya. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Grogan (1993) bahwa Pada dasarnya pandangan media tentang bagaimana kemudian tubuh di nilai sangat berperan dalam menciptakan pandangan dan pemahaman tentang tubuh dan kecantikan ideal.



PEMBAHASAN

Tampilan media terhadap “fisik” perempuan yang kurus, ramping, seksi dan memiliki kulit yang mulus dalam iklan, film, maupun majalah, kemudian disadari ataupun tidak telah membentuk pemikiran kita atas realitas kecantikan seorang perempuan. Media menampilkan perempuan dengan fisik kurus dan ramping sebagai karakter utama dalam majalah busana, atau program televisi, sehingga membentuk pemikiran bahwa tubuh kurus atau ramping merupakan atribut yang menguntungkan dan dianggap sebagai atribut kecantikan yang disukai (Harrison, 2000).

Meskipun saat ini pandangan demikian berusaha ditentang oleh banyak kalangan dengan banyak upaya menggalakan seruan *#selflove*, bahwa cantik itu relatif, dan bahkan seorang perempuan berkulit hitam dinobatkan menjadi perempuan tercantik di dunia,

“konsep” cantik yang telah tertanam adalah cantik yang “demikian”, cantik sebagaimana pemeran utama wanita dalam film ataupun selebriti dunia maya yang dapat dengan mudah tenar karena kecantikannya. Ditengah seruan agar semua wanita mencintai diri mereka apa adanya, dan bahwa semua wanita cantik sebagaimana adanya mereka karena cantik itu relatif, beragam filter “cantik” di sosial media muncul dan menjadikan penggunanya tampak lebih putih, lebih mancung, atau memiliki bibir yang merah, seolah menunjukkan bahwa konsep cantik adalah yang demikian. Begitu pula dengan narasi iklan produk-produk kecantikan di media seperti halnya sabun pemutih, minuman pelangsing, atau krim pelindung dari paparan sinar matahari yang tetap saja tujuan akhirnya adalah mencegah kulit agar tidak tampak lebih gelap.



Gambar 1. Filter Wajah di Sosial Media



Gambar 2. Iklan Kosmetik

Begitu pula dalam majalah-majalah fashion yang kebanyakan menampilkan perempuan dengan tubuh yang indah, ramping, dan menampilkan kesan menarik dari pose tubuh mereka yang ditampilkan dalam sampul utama. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan dalam Harper & Tiggerman (2007);

In particular, fashion and beauty magazines have been accused of leading the charge in disseminating the thin ideal (Silverstein et al, 1986). One content analysis of 69 American women magazines revealed that 94% displayed an

image of a thin-idealized model or celebrity on the cover (Malkin et al, 1999). Fashion magazines promote thinness as both the desired, and more insidiously, the prevailing norm for women.

Majalah fashion dan kecantikan dianggap telah membawa pemahaman bahwa tubuh kurus dan ramping adalah bentuk tubuh yang ideal. Salah satu analisis terhadap 69 majalah perempuan di Amerika, didapati bahwa 94% dari majalah-majalah tersebut menampilkan image model atau selebritis yang bertubuh ramping pada sampul depan.



Gambar 3. Cover Majalah Fashion dan Kecantikan



Penelitian terkait hal ini (Field et al., 1999) pernah dilakukan terhadap 550 orang perempuan dan hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka tidak puas dengan bentuk dan ukuran tubuh mereka, bahkan 70% dari mereka terpengaruh oleh konsep perempuan cantik yang ditampilkan oleh media yang kemudian memotivasi mereka untuk menurunkan berat badan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak perempuan kemudian berusaha memenuhi standar kecantikan ideal yang ditampilkan oleh media dengan merubah tampilan atau bentuk tubuh dengan melakukan diet ketat, berolahraga, menggunakan produk kecantikan tertentu, hingga bahkan melakukan operasi perubahan bentuk tubuh dan lain sebagainya hanya demi mendapatkan bentuk tubuh ideal, seksi, yang tidak lain adalah untuk mendapatkan pengakuan atas kecantikan terhadap diri mereka.

Sebagaimana budaya masyarakat yang terus berkembang menjadi pemahaman tentang cara kita

melihat dunia di sekitar kita, pemahaman tentang realitas kecantikan tersebut pun kemudian membudaya dan membentuk pemahaman tentang cara kita melihat kecantikan perempuan dalam standar “kecantikan ideal” yang kemudian memberikan sekat-sekat terhadap pemahaman kita tentang perempuan cantik, dan yang “tidak” cantik. Saat kita mempertanyakan tentang apa itu kecantikan ideal, tentu saja kita melihat kecantikan ideal itu dari sudut pandang mayoritas. Apa yang dipercaya oleh masyarakat luas, dan apa yang ditampilkan oleh media, tanpa disadari mempengaruhi dan mengkonstruksi pandangan kita tentang esensi kecantikan ideal yang menghasilkan realitas kecantikan atas perempuan yang kemudian kita pahami bersama.

Disadari ataupun tidak, hal tersebut merupakan bentuk penindasan terhadap kaum perempuan, yang menimbulkan rasa tidak percaya diri, tidak menerima diri mereka apa adanya, merasa mendapat tekanan dari

lingkungan dan pandangan orang-orang sekitar yang menetapkan “standar” atas diri mereka, dan tuntutan terhadap diri sendiri, maupun tuntutan dari lawan jenis yang membuat mereka berusaha melakukan berbagai cara untuk memenuhi “tuntutan” tersebut.

Ada stereotype yang kemudian melekat pada diri perempuan bahwa sebagai perempuan mereka harus cantik, dan untuk dapat dikatakan cantik mereka harus memenuhi standar “kecantikan ideal”. Secara tidak disadari pemahaman yang melekat dalam pemikiran perempuan tersebut menjadi bentuk penindasan atas diri mereka sebagai bentuk pengaruh dari realitas yang dibentuk oleh media, dan pandangan masyarakat yang telah terkonstruksi oleh realitas hasil bentukan media tersebut. Hal ini kemudian sejalan dengan yang apa dikemukakan oleh Ainul Abid (dalam Musta’in, 2013:66) bahwa tanpa disadari masyarakat sering kali terjerumus dalam praktik *misogyny*, sebuah istilah modern yang berarti

tindakan penindasan terhadap kaum perempuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan baik secara kasar maupun dengan cara yang sangat halus.

Kritik atas realitas kecantikan bentukan media ini pada dasarnya juga pernah disampaikan oleh penyanyi internasional Meghan Trainor dalam bentuk sebuah lagu yang berjudul “*All About that Bass*” dimana lagu tersebut mengandung pesan bahwa setiap perempuan itu cantik dengan caranya masing-masing. Dan bahwa esensi kecantikan itu bukan tentang bagaimana perempuan harus tampil sebagaimana perempuan “cantik” yang ditampilkan oleh media tetapi tentang bagaimana seorang perempuan dapat menampilkan kecantikan yang dimiliki oleh masing-masing dari mereka.

Lagu *All About that Bass* yang dinyanyikan oleh Meghan Trainor bercerita tentang seorang perempuan yang memiliki ukuran tubuh gemuk berusaha menunjukkan kepada semua perempuan di luar sana bahwa tubuh

kecil dan ramping bukanlah ukuran kecantikan seorang perempuan, perempuan bertubuh besar juga memiliki kelebihan yang menjadikan mereka terlihat cantik dan menarik terutama di mata para pria. Seperti yang tercermin dalam penggalan lagu berikut.

*“Yeah it's pretty clear, I ain't no size
two
But I can shake it, shake it like I'm
supposed to do
'Cause I got that boom boom that all
the boys chase”*

Lagu ini juga berusaha membongkar kenyataan bahwa kecantikan “ideal” bentukan media seperti dalam majalah yang menampilkan perempuan dengan tubuh seksi dan ramping adalah sebuah rekayasa. Lirik yang ada dalam lagu ini mencoba memberikan kritik sekaligus motivasi kepada setiap perempuan bahwa mereka harusnya tidak terpengaruh dengan realitas kecantikan “ideal” hasil bentukan media dan menampilkan kecantikan yang mereka miliki dengan bangga

karena setiap perempuan itu cantik dengan caranya masing-masing.

*“I see the magazines working that
Photoshop
We know that shit ain't real
Come on now, make it stop
If you got beauty beauty

just raise 'em up
'Cause every inch of you is perfect
From the bottom to the top”*

Lagu All About That Bass menjadi “suara” bagi kebanyakan perempuan yang terkunci dalam realitas kecantikan “ideal” tentang bentuk tubuh yang menjadi ukuran atau “standar” bagi mereka untuk dapat dipandang cantik oleh orang lain. Lagu ini berusaha mematahkan pemahaman atas realitas kecantikan “ideal” yang selama ini dianggap sebagai sebenarnya realitas, dan menggantikannya dengan pemahaman bahwa cantik itu adalah tentang bagaimana cara perempuan menilai diri mereka, kelebihan mereka, yang kemudian dapat mereka tunjukkan dengan baik kepada orang lain.



Lagu ini juga berusaha mengkritik media yang dianggap telah mengkonstruksi pemahaman masyarakat atas realitas kecantikan “ideal” dengan realitas semu yang ingin media tampilkan melalui rekayasa editing atau photoshop yang menghasilkan bentuk dari “kecantikan” yang kemudian media tampilkan dan dianggap nyata oleh masyarakat yang menyaksikannya.

Melalui lagu All About That Meghan Trainor memosisikan diri dalam pandangan perempuan “termarginalkan” atas “realitas” kecantikan yang ditetapkan terhadap diri mereka dimana lagu ini mencoba menyuarakan pemikiran perempuan mengenai rasa ketidakadilan yang mereka dapatkan atas realitas kecantikan ideal hasil bentukan media yang mengharuskan mereka berada dalam standar yang ditetapkan apabila mereka ingin dipandang cantik oleh orang lain.

Penutup

Media memiliki peranan yang besar dalam membentuk pandangan dan sikap, sehingga hal tersebut bisa saja menjadi positif ataupun negatif sebagaimana halnya peran media dalam membentuk realitas kecantikan ideal yang kemudian menjadi “standar” bagi perempuan dan dianggap sebagai sebenar-benarnya realitas karena besarnya pengaruh media. Lagu All About that Bass, sebagaimana pula kritik lain atas realitas kecantikan bentukan media menjadi gambaran bahwa konsep “cantik” menjadi contoh narasi modern yang berusaha dipatahkan melalui pesan yang berusaha disampaikan melalui sebuah karya seni



Referensi

- Elaati, Abdulazim Ali N. 2016. *Postmodernism Theory*. Universiti Putera Malaysia.
- Farhan, Ria. 2019. *Understanding Postmodernism: Philosophy and Culture of Postmodern*. International Journal Social Sciences and Education.
- Field, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L., & Coldits, A. *Exposure to the Mass Media and Weight Concern among Girls*. <http://pediatrics.aapublications.org/cgi/reprint/193.3/e36>
- Grogan, Sarah. 1999. *Body Image Understanding Body Disatisfaction in Men, Women, and Children*. London: Routledge.
- Harper, B & Tiggermann, M. 2007. *The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image*. Australia:Springer Science.
- Harrison, K. 2000. *The Body Electric : Thin – Ideal Media and Eating Disorders in Adolescents*. Journal of Communication, 50 (3).
- Musta'in. 2013. *Sisi Lain Perempuan dalam Sorotan Media: Tinjauan Teori Kelompok Bungkam (Muted Group Theory-MGT)*. JSJI. Vol. 04. No. 01
- Taylor, Bryan C. 2004. *Engaging Organizational Communication Theory and Research*. University of Colorado Boulder
- www.azlyrics.com/lyrics/meghantrainor/allaboutthatbass.html