

ANALISIS KONSTRUKSI MAKNA CANTIK OLEH *FOLLOWERS* PADA AKUN INSTAGRAM @BIDADARIUNY

CONSTRUCTION ANALYSIS OF BEAUTIFUL MEANING BY FOLLOWERS IN @BIDADARIUNY INSTAGRAM ACCOUNT

Oleh : Ida Nur Amini, 15419144010, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta,
ida.nuramini@gmail.com.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna cantik oleh *followers* yang tergambar pada media social Instagram akun @bidadariuny. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Analisis data menggunakan model analisis data kualitatif deskriptif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) makna cantik oleh *followers* yang ditampilkan oleh akun @bidadariuny *first impression look* kecantikan dari dari luar (*outer beauty*) lau diikuti dengan kecantikan dari dalam (*inner beauty*) sedangkan 2) tolok ukur kecantikan dilihat dari banyaknya *likes* pada unggahan foto. 3) Foto-foto yang diunggah pada akun @bidadariuny tidak menampilkan realitas yang sesungguhnya melainkan menampilkan Hiperrealitas sehingga cantik itu ditandai sebuah tanda seperti gaya busana, *make up*, gaya foto dan teknik penagmbilan foto.

Kata kunci: *makna cantik, Instagram, hiperrealitas*

Abstract

The purpose of this study was to determine the meaning of beauty by followers drawn on social media Instagram account @bidadariuny. This research uses descriptive analysis with a qualitative approach. The validity of the data of this study uses triangulation techniques. Data analysis uses descriptive qualitative data analysis models that include data reduction, data presentation, and conclusions. The results of this study indicate that 1) the meaning of beauty by followers displayed by the account @bidadariuny first impression look beauty from the outside (outer beauty) followed by beauty from the inside (inner beauty) while 2) the benchmark of beauty seen from the number of likes in the upload photo. 3) The photos uploaded on the @bidadariuny account do not show the real reality but rather show hyperreality so that the beauty is marked by a sign such as fashion style, makeup, photo style and photo capture techniques.

Keywords: *beautiful meaning, Instagram, hyperreality*

PENDAHULUAN

Perempuan dan kecantikan adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Cantik dapat dilihat dari penampilan dalam diri seseorang dan atau penampilan fisik luar. Namun fenomena yang terjadi pada masyarakat Indonesia cantik itu sendiri merupakan hal yang relatif. Kata cantik sesungguhnya mempunyai banyak arti, tergantung pada sejauh mana orang menilai arti dari kecantikan tersebut.

Bagi perempuan zaman sekarang, makna cantik itu sendiri adalah salah satu bentuk penampilan yang harus dimiliki karena cantik merupakan suatu hal yang penting bagi mereka. Pada masyarakat secara umum, tubuh perempuan dikatakan cantik bukan hanya berdasarkan kecantikan pada wajahnya namun juga identik dengan kulit yang putih, mulus dan kencang, serta bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan dan kemontokan organ tertentu (Hermawaty, 2016: 238). Dengan adanya makna tersebut, berkembanglah stereotip kecantikan perempuan tidak hanya wajah yang mulus dan putih saja. Pada dasarnya, perempuan rela mengubah penampilannya agar masyarakat menilai cantik dan akan selalu berusaha untuk menyesuaikan bentuk tubuh mereka dengan pendapat masyarakat mengenai konsep kecantikan itu sendiri (Miranti Hidajadi, 2000: 10).

Beda dulu beda sekarang, standar kecantikan perempuan Indonesia saat ini bertumpu pada *Korean Waves*. Wulan Purnama mengatakan dalam penelitiannya, perempuan yang cantik merupakan perempuan yang putih seperti orang Korea, padahal bagi orang Indonesia yang memiliki genetik berbeda, hal ini menjadi tolok ukur yang tidak dapat disamakan (Purnama, 2015). Artinya pada tahun 2015 hingga sekarang standar kecantikan masyarakat Indonesia tidak berubah. Tidak dapat dipungkiri bahwa dari anak remaja hingga dewasa pun mengikuti tren kecantikan dari Korea ini.

Memasuki era digital saat ini, media tidak dapat dipisahkan dari penggunaan citra, peran, dan status perempuan dalam pemahaman mengenai tubuh ideal dan kecantikan perempuan. Salah satu penyebaran kriteria tubuh ideal dan kecantikan perempuan adalah melalui media sosial instagram. Kehidupan bermedia sosial masyarakat kerap sekali melihat kecantikan seseorang dengan foto/video melalui instagram. Instagram

adalah media sosial berbasis internet yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video dari ponsel (Frommer, 2010).

Keberadaan instagram pun membuat masyarakat kerap kali mendikte bahwa kecantikan perempuan dapat dilihat dengan foto/video padahal cantik atau tidaknya seseorang bukan semata-mata dilihat dari penampilan fisik saja. Fenomena ini menjadikan mahasiswa berlomba-lomba untuk mengkonstruksi dirinya cantik agar terlihat eksis di instagram. Budaya atau gaya hidup populer kini menjadi ajang kontes bagi *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto)* 4 mahasiswa untuk mendapatkan pengakuan bahwa dirinya cantik dari pengikutnya (*followers*) di instagram. Kecantikan yang dipublikasikan di social media dalam hal ini berfoto saja dan mengunggahnya di sosial media tidak hanya sekedar unggahan foto belaka, ada unsur keinginan mendapat pengakuan kecantikan yang dipublikasikan melalui social media (Atmoko, 2012).

Banyak hal menarik yang kita temukan dalam dunia kampus, mulai dari tempat nongkrongnya hingga pada mahasiswanya. Beberapa orang berinisiatif untuk mengabadikan kecantikan mahasiswi dikampusnya. Tak bisa dipungkiri lagi, beberapa kampus di Yogyakarta pun mempunyai akun instagram untuk mengabadikan kecantikan mahasiswi kampusnya masing-masing seperti @ugmgantengcantik, @upncantik, @bidadariuny.

Pemaknaan kecantikan perempuan yang fotonya diunggah ulang oleh akun Instagram @bidadariuny dalam foto-foto yang ditampilkan mewakili bagaimana akun tersebut mengkonstruksikan standar kecantikan perempuan. Hal ini dapat menyebabkan akun perempuan yang tidak *di-repost* (di unggah ulang) oleh akun instagram @bidadariuny merasa tidak cantik, padahal cantik merupakan sifat yang ada pada setiap perempuan. Berdasarkan penjelasan diatas, bagaimana makna cantik oleh *follower* yang tegambar pada media sosial instagram akun @bidadariuny?

Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Yogyakarta Jalan Colombo, Catur Tunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman. Waktu yang diperlukan

dalam melakukan penelitian ini mulai dari Desember 2019 – Januari 2020.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu *followers* aktif akun Instagram @bidadariuny yang berjumlah 3 orang dari 3 kampus berbeda di Yogyakarta.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari data primer berupa hasil wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari catatan-catatan dan dokumentasi yang berhubungan dengan pemaknaan cantik oleh *followers* pada akun Instagram @bidadariuny.

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan pada narasumber. Pedoman wawancara disusun sebelum wawancara dilakukan dengan tujuan mengontrol kesesuaian isi wawancara agar tidak menyimpang dari masalah *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 5* yang diteliti (Moleong, 2017: 189). Wawancara ini dilakukan guna memperoleh keterangan, informasi dan penjelasan mengenai makna cantik oleh *followers* pada akun Instagram @bidadariuny.

2. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen atau dokumentasi dari hasil laporan atau keterangan tertulis, terakan, tergambar. Seperti yang dilakukan pada tahap awal penelitian, yaitu mengumpulkan data dari dokumen tampilan foto *feeds* akun Instagram @bidadariuny.

Analisis Data

Dalam penelitian ini data akan dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif dan mengikuti langkah analisis data model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015: 246-253) sebagai berikut: 1) reduksi data; 2) penyajian data; dan 3) kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Akun Instagram @bidadariuny berawal dari akun kampus “mahasiswa cantik” non formal yang artinya tidak dikelola langsung oleh pihak universitas. Akun

berisikan foto mahasiswa cantik asal UNY ini dibuat pada bulan September 2014 terlihat dari postingan pertamanya yang diunggah pada tanggal 24 September 2014. Saat ini akun instagram @bidadariuny memiliki 13.600 pengikut, dan telah mengunggah 556 foto (periode 06 Januari 2020).

Sesuai dengan *bio* profil akun @bidadariuny sistem pemilihan foto yang diunggah diseleksi oleh admin berdasarkan rekomendasi *followers* atau pengguna instagram dengan cara berkomentar dan menandai foto akun (*men-tag*) pada kolom komentar foto akun yang bersangkutan. Selain itu rekomendasi juga bisa melalui pesan/DM (*direct message*) dengan format nama lengkap, prodi/jurusan serta angkatan mahasiswi UNY. Selain mengunggah foto dengan keterangan gambar (*caption*) akun ini juga konsisten menggunakan *hashtag* (tanda tagar) yang tertulis pada keterangan gambar, mereka menggunakan tanda tagar #bidadariUNY.

Dilihat dari akun instagram @bidadariuny, akun yang berisikan foto konten mahasiswi cantik di kampus UNY memiliki perkembangan dalam setiap tampilan foto yang diunggah, sesuai dengan namanya yang mengunggah para ‘bidadari’ UNY memuat foto mahasiswi berparas ayu bak bidadari menurut seleksi admin dengan rekomendasi para *followersnya*. Foto-foto yang diunggah pun membuat para *followers* mempunyai persepsi masing-masing dalam memaknai kecantikan yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Makna dan Konsep Cantik Akun @bidadariuny

Kecantikan yang ditampilkan pada akun @biadadariuny telah membentuk standar *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 6* kecantikan yang kemudian menyamaratakan persepsi masyarakat mengenai konsep kecantikan. Cantik menurut Wolf tidak bersifat universal atau tidak dapat diubah, tetapi berbeda beda berdasarkan konstruksi dari masyarakat mengenai konsep cantik yang dibuat. Konstruksi tersebut dipengaruhi oleh pikiran-pikiran tentang konsep cantik itu sendiri dan konstruksi itu dipengaruhi oleh pengetahuan yang diterima dan diyakini masyarakat. Cantik merupakan salah satu unsur dari sebuah keindahan. Keindahan terbagi menjadi dua yaitu subyektif dan objektif, keindahan subyektif ialah keindahan yang ada pada mata yang

memandang dan keindahan obyektif menempatkan keindahan pada benda yang dilihat (Dharsono, 2007:1-7). Hal ini dapat dikatakan bahwa kecantikan yang di representasikan oleh @biadadariuny termasuk pada keindahan obyektif karena menempatkan keindahan dari apa yang dilihat.

Pemaknaan cantik menurut seseorang dapat berbeda dengan cantik menurut orang lain karena setiap orang dalam memaknai sebuah fenomena berangkat dari perspektif yang berbeda untuk melihat hal tersebut. Hal ini didukung oleh pernyataan Munandar (2000:35) tentang konsep nilai dalam sebuah susunan masyarakat yang mengungkapkan bahwa nilai adalah sesuatu yang dipentingkan manusia sebagai subjek, menyangkut segala sesuatu yang baik atau yang buruk sebagai abstraksi, pandangan. Oleh karena itu, makna cantik kepada seseorang dapat dinilai berbeda dari sudut pandang setiap daerah tergantung bagaimana sekelompok orang yang ada dalam suatu sistem itu memandangnya dari kesepakatan bersama. Pembahasan makna cantik itu sendiri bersifat subjektif tergantung pada siapa yang menilainya. Dari hasil wawancara yang dilakukan, penulis menemukan fakta pengikut (*followers*) tidak hanya mendeskripsikan makna cantik secara umum, hampir seluruh dari foto yang diunggah di akun @biadadariuny makna cantik yang ditampilkan meliputi kecantikan fisik (*outer beauty*) karena *first impression* yang mereka lihat terhadap data visual. Lalu di ikuti dengan cantik dari dalam (*inner beauty*) yang merupakan karakteristik atau sifat yang ada dalam diri seorang perempuan.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa makna cantik menurut seseorang dapat berbeda dengan cantik menurut orang lain karena setiap orang dalam memaknai sebuah fenomena berangkat dari perspektif yang berbeda untuk melihat hal tersebut. Makna cantik menjadi subjektif, tergantung siapa

yang menilainya. Hampir seluruh dari informan mengungkapkan bahwa cantik dari fisik adalah *first impression* mereka memandang seseorang itu cantik. Lalu diikuti dengan cantik dari dalam yang merupakan karakteristik atau sifat yang ada dalam diri seorang perempuan. *Analisis Konstruksi...* (Ida Nur A - Prof. Suranto) 7

2. Tolok Ukur Kecantikan Akun Instagram @biadadariuny oleh Followers

Di Indonesia kecantikan perempuan dilihat dari penampilan fisik yang mempesona. Banyak orang yang menilai kecantikan itu terlihat dari fisik seorang perempuan, cantik itu berkulit putih, hidung mancung, bertubuh tinggi dan langsing, rambut lurus dan berwajah cerah tanpa noda (Smart Aqila, 2010:11). Namun, permasalahannya di zaman sekarang ini adalah ketika kecantikan dijadikan tolok ukur dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kehidupan nyata maupun di sosial media. Platform sosial media yang mendatangkan visual kecantikan perempuan dapat didikte dengan mudah tanpa bertatap muka dengan nyang bersangkutan hal ini membuat perempuan yang tidak termasuk ke dalam “standar cantik” kebanyakan merasa terintimidasi dan makin ragu akan dirinya sendiri.

Fenomena gaya hidup seseorang yang menginginkan suatu jati diri baru dengan cara selalu mempercantik diri mereka dengan berbagai cara, perawatan wajah, tubuh, penggunaan produk-produk kecantikan dan kosmetik. *Skincare* yang saat ini digandrungi oleh para perempuan pun juga sudah menjadi trend untuk mendongkrak kecantikan perempuan. Dari Naomi hingga Smart Aqila, tolok ukur kecantikan selau mengarah pada kecantikan fisik, namun pada penelitian ini tolok ukur kecantikan sudah bergeser berdasarkan visualisasi yang disuguhkan oleh instagram dengan *likes*.

Adanya platform instagram semua orang dapat melihat kecantikan melalui foto. Hal tersebut juga membuahkan kecenderungan dalam menilai seseorang melalui foto akun @biadadariuny. Seperti halnya para pengikut (*followers*) instagram yang tanpa harus melihat orang langsung, mereka dapat dengan langsung berkomentar atau memberikan tanda *like* yang berarti suka pada suatu unggahan foto. *Likes* merupakan salah satu fitur instagram yang mendominasi pada sosial media instagram. *Likes* yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain (Atmoko, 2012:28-63). Ketika orang secara sadar mengunggah sebuah foto di instagram pastinya akan menampilkan foto yang paling terbaik versi dirinya agar terlihat menarik dan mendapatkan *likes* yang banyak. Kecenderungan dari sebagian pengguna instagram ini merepresentasikan jawaban atas pertanyaan mengapa *likes* pada instagram

sangat berpengaruh pada tolok ukur kecantikan pada media sosial.

Akun @bidadariuny menampilkan foto mahasiswa cantik asal UNY ini telah memiliki 13.600 pengikut, dan telah mengunggah 556 foto dengan total rata-rata 500-1000 *likers* dari pengikut @bidadariuny pengguna aktif di instagram pada setiap fotonya. Jika setiap unggahan foto dapat

Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 8 memiliki 1000 likes pada setiap fotonya artinya pengguna instagram mempunyai perhatian khusus pada foto yang dianggap cantik oleh masing-masing *followersnya*. Banyaknya likes pada unggahan sebuah akun membuat pemilik foto berlomba lomba untuk mendapatkan *likes* terbanyak sehingga memunculkan rasa percaya diri dan senang terhadap penampilan wajah yang cantik jika dilihat dari kaca mata pemilik foto yang fotonya diunggah ulang oleh akun @bidadariuny. Hal ini didukung oleh Lauren Sherman dkk dalam buku *Psychological Science*, saat orang mendapatkan likes pada media sosial dapat memunculkan hormon dopamin dan membuat ketagihan. Dopamin adalah hormon yang bertanggung jawab terhadap rasa gembira, jatuh cinta, dan percaya diri. *Nucleus accumbens*, saraf aktif di otak yang terlibat dalam proses penghargaan, kognisi sosial, dan perhatian akan aktif ketika melihat foto di media sosial mendapat banyak likes (*The Power of the Like in Adolescence: Effects of Peer Influence on Neural and Behavioral Responses to Social Media: 2016*). Ketika *followers* melihat foto unggahan tersebut, mereka akan melabelkan cantik pada foto tersebut dengan memberikan *likes* pada foto yang dianggap cantik oleh kriterianya. Oleh karena itu, makna cantik yang disuguhkan pada media sosial instagram membuat orang menilai kecantikan hanya dengan melihat foto pada akun media sosialnya.

Penelitian ini melihat keseluruhan foto yang diunggah akun @bidadariuny dan menyeleksi 3 foto sebagai bahan analisis. Kriteria foto yang dipilih yaitu jumlah suka (*like*) terbanyak pada unggahan foto di tahun 2019 dan jumlah suka (*like*) terendah dari berbagai unggahan. Jumlah *likes* yang banyak dapat menjadi tolok ukur kecantikan seorang perempuan pada unggahan akun instagram @bidadariuny. Dengan banyaknya jumlah *likes*, menunjukkan bahwa unggahan foto

tersebut mendapatkan respon yang baik atau banyak yang menyukainya. Sehingga tolok ukur kecantikan menjadi bergeser yang awalnya pada tampilan fisik dengan kriteria tertentu sekarang pun dengan hanya melihat foto dan likes terbanyak di sosial media dapat menandakan orang itu cantik.

3. Faktor Pendukung Kecantikan pada unggahan Media Sosial Instagram

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang tentang makna cantik. Beberapa faktor tersebut diklasifikasikan dalam 3 (tiga) faktor yang akan diuraikan sebagai berikut :

a. Gaya Busana (*Fashion Style*)

Saat ini banyak kita temui media yang mengkhususkan membahas perkembangan *fashion* dan *lifestyle*. Bermunculannya akun instagram seperti @bidadariuny membuat orang tidak hanya melirik wajah saja melainkan OOTD (*Outfit Of The Day*) atau gaya busana sehari hari yang *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 9* ditampilkan agar menambah kecantikan dan keindahan sebuah foto demi mendapatkan *likes* dari para pengikutnya. *Fashionable* menurut Trisnawati (2011), dapat dilabelkan pada seseorang yang selalu mengikuti model pakaian yang sedang trend. *Fashion* dilekatkan pada sesuatu yang dapat

meperindah dan mempercantik penampilan yang akan selalu di adopsi oleh seorang yang mengutamakan penampilan fisik atau "*appearance is key*". *Fashion* merupakan hal yang tidak dapat terlepas dari citra dan gaya hidup. Baik dari sisi seorang perempuan maupun dari laki-laki.

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, penampilan dalam visual selalu terlihat menarik jika seseorang yang menggunakannya mampu memadukan gaya yang pas dan serasi. Dalam foto akun @bidadariuny selain foto selfie, mereka tampil dengan foto *full body*. Artinya seorang ingin menampilkan gaya pakaian yang ia gunakan agar terlihat keren dan *hits*. Style busana atau yang kerap dinamai OOTD (*Outfit Of The Day*) membuat para "*konten creator*" berlomba lomba memadukan gaya pakaiannya agar feeds instagram terlihat cantik. Biasanya pengunggah foto dengan *style* gaya busana kekinian membubuhkan tag #OOTD. Hal ini dipercaya bagi perempuan untuk meningkatkan likes dan banyak karena *hashtag* OOTD saat ini telah

mencapai angka sehingga *impression* yang dihasilkan meluas dan mendapatkan *feedback* yang diinginkan seperti mendapatkan *repost* oleh akun *fashion* berpengaruh ataupun akun cantik seperti @bidadariuny.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *style fashionable* dalam foto dapat menunjang kecantikan perempuan pada media sosial, dimana perempuan yang tidak memiliki bentuk wajah atau kulit wajah yang cerah termasuk memiliki kecenderungan kriteria cantik pada akun instagram @bidadariuny.

b. Make up

Penggunaan *Make up* tentunya sangat menunjang penampilan dan kecantikan bagi sebagaian kaum perempuan. Karena penampilan cantik adalah hal yang selalu diinginkan oleh setiap perempuan. Hal ini didukung menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2005) kata dandan diartikan sebagai mengenakan pakaian dan hiasan serta alat-lat rias, memperbaiki, menjadikan baik (rapi). Fenomena gaya hidup seorang mahasiswi yang menginginkan diri sendirinya menjadi “baru”. Berbagai *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 10* cara pun dilakukan agar tetap terlihat cantik seperti, perawatan wajah, tubuh, penggunaan produk-produk kecantikan dan kosmetik untuk menunjang kecantikan mereka.

Konten visual yang diunggah pada akun @bidadariuny beberapa menampilkan foto *close up*, yang artinya foto tersebut terlihat jelas secara keseluruhan wajah dalam radius dekat. Seseorang akan terlihat menggunakan *make up* atau tidak jika kita melihat foto tersebut dengan bentuk foto *close up*. Oleh karena itu, foto yang ditampilkan dalam bentuk *close up* akan lebih mudah untuk menilai apakah perempuan tersebut menggunakan risan *Make up* atau tidak.

Litta Dona & Indah Sri (2018) mengklasifikasikan penggunaan *make up* pada mahasiswi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar, yaitu adanya dorongan yang mengakibatkan mereka menggunakan *make up* yang berasal dari lingkungan mereka dan bukan dari dalam diri mereka sendiri. Melalui media massa misalnya, seperti mahasiswi melihat tutorial *make up* di youtube ataupun foto dari instagram.

Berdasarkan hasil penelitian, *followers* menilai bahwa foto yang terdapat pada akun

@bidadariuny rata-rata hampir menggunakan *make up* sebagai penunjang utama kecantikan selain dengan editing foto, karena editing foto juga merupakan tahapan kesekian dalam mempercantik penampilan setelah penggunaan *makeup*. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, seseorang terpacu dari kebanyakan foto pada instagram. Mereka mengamati banyak nya *like* dan foto *close up* hingga menemukan alasan *makeup* memacu seseorang dia untuk mempercantik diri agar terlihat menarik di foto instagram dengan tujuan untuk mendapatkan *like* dari para pengikutnya Maka dari itu *Make up* merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh mahasiswi untuk mendapatkan kecantikan seperti apa yang diinginkan. Dalam kata lain *make up* merupakan penunjang kecantikan perempuan pada media sosial akun instagram @bidadariuny.

c. Teknik Pengambilan Foto & Gaya Foto

Baudrillard (1999) mengatakan bahwa fotografi merupakan suatu drama yang beraksi yang merupakan suatu jalan untuk merampas dunia dengan cara memerankannya. Mayoritas gambar berbicara, menceritakan kisahnya, atau dengan kata lain gambar menghapus makna diam dalam objeknya. Seperti *Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 11* yang disampaikan Baudrillard Fotografi juga mentransformasikan pemahaman mengenai tekniknya, dimana teknik menjadi suatu kesempatan untuk permainan ganda, seperti mahasiswi ketika mengabadikan momentnya melalui foto, dimana mahasiswi selalu menggunakan beberapa teknik agar foto tersebut terlihat lebih tampak menarik dan menimbulkan kesan cantik bagi yang melihatnya.

Dalam hal ini teknik pengambilan foto *Close Up* dan *OOTD* lebih sering muncul pada konten akun @bidadariuny. Kesan dan makna cantik di zaman instagram seperti saat ini tidak hanya dapat dilihat secara langsung, akan tetap bagaimana gambar atau foto yang diunggah oleh akun instagram @bidadariuny memiliki makna dan konsep kecantikan tersendiri yang ingin digambarkan, seperti yang dijelaskan oleh Baudrillard bahwa mayoritas gambar berbicara, menceritakan kisahnya atau dengan kata lain menghapus makna diam dalam sebuah gambar.

Selain itu, adanya photogenic dalam foto juga menambah daya tarik seseorang dalam melihat kecantikan perempuan.

Photogenic adalah salah satu gaya foto yang melekat pada suatu unggahan. *Photogenic* juga merupakan sudut pandang orang dalam menilai kecantikan pada sebuah foto. Menurut Dictionary by Merriam-Webster, *photogenic* memiliki 3 makna salah satunya adalah “*suitable for being photographed especially because of visual appeal*” yang artinya sesuatu yang terasa cocok dan menarik untuk difoto yang lebih cenderung karena ketertarikan visualnya.

Berdasarkan hasil penelitian, akun @bidadariuny yang menyuguhkan tampilan foto mahasiswi cantik dikalangan kampus UNY memberikan ruang dengan mudah kepada *followers* untuk melihat kecantikan perempuan tanpa harus bertemu langsung kepada yang bersangkutan. Melihat foto yang diunggah tampaknya tidak hanya melihat tampilan fisik wajah yang cantik putih mulus, seseorang lebih tertarik dengan gaya foto yang *photogenic* daripada melihat warna kulit ataupun senyum yang ditampilkan oleh foto. *Photogenic* ini fokusnya hanya pada tampilan seseorang atau dalam foto, namun kemudian sebagian kalangan anak muda menjadikan *photogenic* ini sebagai suatu yang bersifat sindiran yang bernada. Hal ini pun didukung oleh Second chance pada situs urban dictionary, *A compact way of saying you're fugly in reality, but darn in pictures you look good!* (Chance, 2014). Urban dictionary menyebutkan 3 dari 7

Menurut uraian diatas, gaya foto dalam konten visual yang ada pada akun @bidadariuny merupakan bagian dari penunjang kecantikan seseorang pada platform instagram, karena meskipun di dalam foto wajah seorang perempuan tersebut tidak nampak jelas, dan memakai tambahan aksesoris yang menutupi bagian utama wajah. Gaya yang di ditampilkan adalah salah satu poin menarik pada seorang perempuan agar terlihat lebih hidup dan terlihat cantik. Akun tersebut mendapat *like* terbanyak dan menembus repost dalam akun @bidadariuny.

3. Kecantikan Sebagai Hiperrealitas dalam Sosial Media

Konsep Baudrillard mengenai simulasi merupakan segala yang dapat menarik minat manusia yang ditayangkan melalui berbagai media dengan model-model yang ideal, disinilah batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk sehingga menciptakan *hiperreality*, dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas (Baudrillard, 1994). Pada saat ini kita hidup didalam zaman simulasi, dimana realitas tidak hanya diceritakan, direpresentasikan, dan disebarluaskan, tetapi dapat direkayasa, dibuat dan disimulasi.

Sosial media instagram dalam hal ini merupakan tempat terjadinya proses simulasi berlangsung. Mahasiswa pada zaman ini menjadikan sosial media instagram sebagai acuan dari kehidupan nyata. Sehingga apa yang ada pada social media dianggap sebagai hal yang nyata. Namun sebenarnya foto yang diunggah di dalam social media merupakan suatu hal yang berbeda dengan fakta yang ada. Terdapat perbedaan kondisi seseorang pada apa yang diunggah dengan kondisi yang nyata.. Dalam hal ini mahasiswa melakukan sebagai simulasi.

Fenomena menarik mengenai hal yang dibayangkan dalam pikiran mendahului realitas adalah makna kecantikan yang ditampilkan oleh media, secara tidak langsung memberikan suguhan tentang penggambaran kecantikan yang disuguhkan dalam media sosial. Kecantikan seharusnya hanya menjadi representasi dari kehidupan nyata, namun saat ini telah menjadi realitas sendiri. Kecantikan yang diunggah di social media telah menggantikan posisi pada ruang nyata atau rill yang menjadi sumber utama reproduksi. Baudrillard (1981) menyebut fenomena ini sebagai hiperrealitas dimana suatu hal berkembang dengan sendirinya

Mahasiswa saat ini sedang berlomba-lomba untuk menampilkan kecantikan sesuai standar kecantikan yang dibuat oleh media, sebab hal ini dianggap memiliki nilai tambahan dari sekedar hanya unggahan foto belaka. Kecantikan yang dipublikasikan di social media merupakan simulasi yang memperlihatkan kondisi realitas kehidupan. Dalam hal ini berfoto saja dan mengunggahnya di sosial media tidak hanya sekedar unggahan foto belaka, ada unsur

keinginan ingin mendapat pengakuan kecantikan yang dipublikasikan melalui social media. Banyak media menampilkan sosok kecantikan perempuan, salah satunya adalah media sosial instagram dengan akun instagram @bidadariuny. Akun instagram @bidadariuny ini menggambarkan sosok perempuan khususnya mahasiswi UNY mengenai kecantikan, namun seperti yang telah dikatakan oleh Baudrillard bahwa saat ini manusia hidup di dunia simulacra, dunia yang dipenuhi dengan tanda, tidak ada yang asli sehingga antara yang nyata dan tidak nyata sulit untuk dibedakan. Seperti foto-foto yang diunggah pada akun instagram @bidadariuny, mayoritas dari mahasiswi tidak secara langsung ketika mereka berfoto kemudian diunggah dalam akun instagramnya, akan tetapi melalui beberapa teknik seperti editing ataupun kamera yang mereka gunakan untuk berfoto.

Dari hasil penelitian yang dipaparkan diatas, *followers* yang mayoritas mahasiswa UNY pada kenyataan di dunia nyata yang ingin menjadi seperti akun @bidadariuny. Salah satunya mereka menggunakan teknik pengambilan foto dengan hasil akhir *editing* seperti aplikasi edit photoshop ataupun bermain filter agar terlihat cantik di sosial media. Seolah mereka tidak peduli di dunia nyata pada kenyataannya seperti apa, keadaan yang menginginkan dia cantik adalah seperti pada akun @bidadariuny. Entah itu dengan merubah penampilan, atau dengan gaya *photogenic*, pun menambah riasan *Make up* akan dilakukan agar standar kecantikan yang ia inginkan terpenuhi.

SIMPULAN DAN SARAN A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data, dan pembahasan penelitian mengenai analisis konstruksi makna cantik oleh *followers* pada akun nstagram @bidadariuny, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut.

1. Makna cantik mahasiswi yang tergambar melalui akun Instagram oleh *followers@bidadariuny* merupakan penggambaran kecantikan yang berasal dari dalam diri perempuan (*inner beauty*) dan Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 14 dari luar diri seorang perempuan (*outer beauty*).

2. Kecantikan yang berasal dari luar diri perempuan yang ingin digambarkan oleh akun @bidadariuny adalah kecantikan luar

yang dilihat tidak hanya sebatas dari fisik yang memiliki tubuh tinggi, kulit putih, rambut panjang hitam dan lain sebagainya, akan tetapi penggambaran secara fisik yang ingin ditampilkan yaitu seorang perempuan yang mempunyai gaya busana (*fashion style*) yang meanarik dan gaya perempuan dalam berfoto yang meliputi *selfie*, *close up*, *candid* serta *Outfit Of The Day (OOTD)*. Kemudian diikuti oleh kecantikan yang berasal dari dalam diri perempuan yang meliputi sikap baik yang ada pada diri perempuan itu sendiri.

3. Memaknai dan menilai foto-foto mengenai kecantikan yang diunggah pada akun @bidadariuny sudah mengalami pergeseran makna, tidak lagi sosok perempuan yang memiliki kulit putih, rambut hitam panjang ataupun tubuh yang ideal. Perempuan cantik yang digambarkan oleh akun @bidadariuny itu ditandai dengan sebuah tanda yang menjadi penunjang kecantikan pada media sosial instagram yaitu *fashionable style*, *Make up*, gaya foto, dan teknik pengambilan foto.

4. Dilihat dari teori Hiperrealitas Jean Baudrillard menyebutkan bahwa saat ini manusia hidup dalam dunia simulacra, dunia yang dipenuhi citra atau penanda suatu peristiwa dan telah menggantikan pengalaman nyata. Hiperrealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian, fakta bersimpang siur dengan rekayasa sehingga antara yang nyata dan palsu menjadi tidak jelas. Seperti halnya kecantikan dalam sebuah media sosial, dimana sebuah foto dapat menggantikan suatu peristiwa yaitu mengenai proses makna kecantikan itu sendiri. Sebuah foto banyak terjadi upaya agar sebuah foto tersebut dikatakan cantik dan menarik, salah satunya dengan teknik *editing* sehingga sulit membedakan sebuah foto tersebut dengan relitas sesungguhnya

Saran

Bagi *followers* (pengikut) akun @bidadariuny, jangan terpaku pada apa standar kecantikan yang media buat. Jadilah diri sendiri dengan kelebihan yang kalian punya, sehingga tidak perlu memalsukan keadaan agar terlihat bagus Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 15 dimasyarakat. Perlakuan diri kalian senyaman mungkin agar tidak menimbulkan kerugian yang tiada arti. Percaya dirilah bahwa kalian mempunyai nilai lebih dari hanya sekedar

kecantikan/ketampanan yang bias dibanggkan diluar sana. Bagi admin akun @bidadariuny sebaiknya didalam memilih dan mengupload ulang foto-foto tidak semata-mata berdasarkan fisik dan rekomendasi dari *followers* saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aminuddin. (1998). *Semantik*. Bandung: Sinar Baru.

Annastasia, M. S. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS.

Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita

Aziz, Imam. (2014). *Galaksi Simulacra Esai-esai Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta

Jean Baudrillard. 1981. *Simulacra and Simulation*. United State of Amerika: The University of Michigan Press.

Dharsono. (2007). *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains.

Lia, A. (2009). *Mitos Cantik Di Media*. Ponorogo: Stains Press

Munandar, M. S. (2000). *Ilmu Budaya Dasar*. Bandung: PT Refika Aditama.

Mulyana, D. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

Moleong, Lexy J. (2017) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset

Pateda, M. 2001. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta

Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Smart, A. (2010). *Perawatan Modern untuk Kecantikan Perempuan*. Jogjakarta: Katahati

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.

Wahab, A. (1995). *Teori Semantik*. Surabaya: Airlangga University Press

Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara

JURNAL

Ellianti Donna, Pinasti, V Indah Sri. (2017). *Makna Penggunaan Make up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Fitria, Herlinda. (2015). *Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)*. Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi Volume 45. Nomor 2.

Hermawati Yessy, Aquarini Piyatna, Mohamad Adji (2016). *Instagram Dan Mitos Kecantikan Perempuan Muslim*. Riksa Bahasa Volume 2, Nomor 2 : UPI Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 16

Hidajadi, Miranti. (2000). *Tubuh: Sejarah Perkembangan dan Berbagai Masalahnya. Dalam Jurnal Perempuan*, No. 15, 2000, ISSN: 1410-153X. Hal: 10-11. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.

Morris, Pamela K dan Nichols, Katharine. (2013). *Conceptualizing Beauty : A Content Analysis of U.S. and French Women's Fashion Magazine Advertisement*. Online Journal of Communication and Media Technologies, 3(1): 49-74

Ni'mah, Ulfah. "Pemaknaan Khalayak Perempuan terhadap Cantik dalam Program "Para Petualang Cantik Trans 7". Semarang : Universitas Diponegoro

Trisnawati, Tri Y. (2011). *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*. THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1. Semarang: Universitas Negeri Semarang

diakses pada 7 Oktober 2019 pada pukul 16.05 WIB)

<https://www.bbc.com/future/article/20150622-the-myth-of-universal-beauty> (diakses pada 18 Oktober 2019 pada pukul 22.55 WIB)

Wahyuningsih, Tutik. (2010). *Konstruksi kecantikan bagi laki-laki (Studi konstruktivisme tentang pentingnya penampilan dan makna cantik bagi mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)*, Surakarta: Universitas sebelas maret

https://www.google.co.id/search?q=logo+bida+dari+uny&safe=strict&tbm=isch&source=iu&ctx=1&fir=ltN_5vQuNTIpKM%253A%252C_WfUJrtbIdXL9M%252C_&vet=1&usg=AI4kTkL93jjQ5rPbKV4FDIGCoxcFQsyA&sa=X&ved=2ahUKEwjB3IqCuZDnAhXLb30KHcpqCzEQ9QEwAXoECAoQBw&biw=1034&bih=615#imgrc=&vet=1 (diakses pada 04 Januari 2020 pada pukul 16.54 WIB) Analisis Konstruksi... (Ida Nur A - Prof. Suranto) 17

SKRIPSI

Sandhy, Area. (2016). *Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan di Media Online femaledaily.com*. Universitas Diponegoro: Semarang

Savitrie, Dian. (2016). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Perempuan (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik Nyla)*. Universitas Diponegoro: Semarang

Septiyani, Indriastuti. (2017). *Pemaknaan khalayak perempuan terhadap konstruksi kecantikan yang ditampilkan oleh akun instagram Undip Cantik*. Universitas Diponegoro: Semarang

Putranto, Arif Ponco. (2017). *Konstruksi Cantik Mahasiswa Pada Media Sosial Melalui Akun Instagram @unnes_cantik*. Universitas Negeri Semarang: Semarang

Elianti, Lita Donna. (2018). *Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Universitas Negeri: Yogyakarta.

INTERNET

Adriyanto. 2014. <http://pusatfakta.com/lifestyle/5-tren-tampil-cantik-abad-19-yang-aneh.html> (diakses pada 26 September 2019 pada pukul 21.35 WIB)

<https://jurnal.rival.co.id/2019/02/23/analisis-media-sosial-penggunaan-instastory/>

LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Analisis Konstruksi Makna Cantik Oleh *Followers* pada Akun Instagram @bidadariuny
Nama : Ida Nur Amini
NIM : 15419144010
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Yogyakarta, 10 Oktober 2020
Dosen Pembimbing

Reviewer,

Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si.
NIP. 1959 0723 1988032 001

Prof. Dr. Drs Suranto, M.Pd., M.Si.
NIP. 19610306 198702 1 004

Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke Journal *Student*
2. Dikirim ke Journal Informasi
3. Dikirim ke Journal lain