

REPRESENTASI STEREOTIP KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM

FILM

**(Analisis Semiotika Roland Barthes pada film Imperfect: Karier Cinta &
Timbangan)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar Strata Satu Ilmu Komunikasi

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Luluk Nur Fitri

16730096

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Luluk Nur Fitri

NIM : 16730096

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul **“REPRESENTASI STEREOTIP KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM FILM (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA FILM IMPERFECT: KARIER, CINTA & TIMBANGAN)”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar diketahui oleh dosen pembimbing dan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 6 Desember 2020

Yang Menyatakan,



Luluk Nur Fitri

NIM. 16730096

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Luluk Nur Fitri
NIM : 16730096
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

REPRESENTASI STEREOTIP KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM FILM (Analisis Semiotika Roland Barthes pada film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 4 Desember 2020

Pembimbing

Rama Kertamukti, M.Sn

NIP. 19721026 201101 1 001

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-52/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : **Representasi Stereotip Kecantikan Perempuan dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes pada film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LULUK NUR FITRI
Nomor Induk Mahasiswa : 16730096
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 5f1d538a076e5



Penguji I

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 5f12dbbd50fc2



Penguji II

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 51f7c21d1e3ed



Yogyakarta, 11 Desember 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 600019f3b0186

HALAMAN MOTTO

“Bagaimanapun keadaannya, tetap jaga sholatnya. Kalau kita mengutamakan Allah, nanti kita juga akan diutamakan oleh-Nya.”

-Ayah-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya, yang telah mendoakan dan selalu memberi dukungan kepada penulis hingga saat ini.

Dan untuk almamater tercinta

Ilmu Komunikasi 2016

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan ijin Allah yang Maha Kuasa, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Penelitian ini berjudul **“REPRESENTASI STEREOTIP KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM FILM (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA FILM IMPERFECT: KARIER, CINTA & TIMBANGAN).”** Penelitian ini bertujuan menemukan tanda-tanda dalam film yang merepresentasikan stereotip kecantikan perempuan. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini ditemukan ketidaksempurnaan, maka dari itu penulis membuka masukan dan kritikan yang membangun. Jika ditemukan kelebihan dan manfaat, semoga dapat diambil dengan sebaik-baiknya.

Penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing penelitian yang dilakukan oleh penulis.
3. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A. selaku dosen penguji 1 dalam

penelitian ini.

4. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji 2 dalam penelitian ini.
5. Ibu Dra. Marfu'ah Sri Sanityastuti, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
6. Orang tua penulis, Bapak Muskanan dan Ibu Nurul Hidayati yang senantiasa mengiringi penulis dengan doa-doa terbaik.
7. Terimakasih kepada sahabat terdekat penulis, Selviya Dyah dan Mutia Rithma dan M. Zuhul Sahara yang saling mendukung satu sama lain dalam menuntaskan kewajiban skripsi.
8. Terimakasih kepada Luqman, Ikfina, Chika, Naely, Sany, Rumaisa, Ulya, Qoory, Emma dan rekan Ilmu Komunikasi 2016 yang telah mengisi masa perkuliahan penulis.

Hanya ucapan terimakasih serta do'a penulis berikan kepada nama-nama di atas. Semoga Allah SWT memberikan banyak kelimpahan kepada mereka semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Desember 2020

Penulis,

Luluk Nur Fitri

NIM. 16730096

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Akademis	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Telaah Pustaka	10
F. Landasan Teori	13
1. Representasi	13
2. Stereotip Kecantikan di Indonesia.....	16
3. Film Sebagai Komunikasi Massa	22
4. Semiotika	23

G.	Kerangka Pemikiran	26
H.	Metodologi Penelitian.....	27
1.	Jenis Penelitian	27
2.	Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3.	Jenis Data	28
4.	Teknik Pengambilan Data	29
5.	Metode Analisis Data	29
6.	Metode Keabsahan Data.....	31
BAB II	32
GAMBARAN UMUM	32
A.	Deskripsi Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan	32
B.	Sinopsis Film Imperfect Karier, Cinta & Timbangan.....	33
C.	Profil Sutradara	37
D.	Tokoh Penting dalam Film.....	40
1.	Jesica Mila (Rara)	40
2.	Reza Rahardian (Dika)	41
3.	Yasmin Napper (Lulu)	42
4.	Debby (Karina Suwandhi).....	43
5.	Fey (Shareefa Danish).....	44
6.	Kelvin (Dion Wiyoko)	45
E.	Crew Film	45
BAB III	48
PEMBAHASAN	48
A.	Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan	48
1.	Stereotip Cantik Bentuk Tubuh.....	49
2.	Stereotip Wajah Cantik	65
3.	Stereotip Cantik Bentuk Rambut	75
4.	Stereotip Cantik Warna Kulit.....	87
B.	Hasil Penelitian.....	93

BAB IV	97
PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Adegan 1	49
Tabel 2: Adegan 2	53
Tabel 3: Adegan 3	57
Tabel 4: Adegan 4	61
Tabel 5: Adegan 5	65
Tabel 6: Adegan 6	68
Tabel 7: Adegan 7	72
Tabel 8: Adegan 8	75
Tabel 9: Adegan 9	79
Tabel 10: Adegan 10	84
Tabel 11: Adegan 11	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Poster Film Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan	3
Gambar 2: Two Order of Signification Roland Barthes	30
Gambar 3: Poster Film Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan	32
Gambar 4: Sutradara Ernest Prakasa	37
Gambar 5: Jessica Mila sebagai Rara	40
Gambar 6: Reza Rahardian sebagai Dika	41
Gambar 7: Yasmin Napper sebagai Lulu	42
Gambar 8: Karina Suwandhi sebagai Debby	43
Gambar 9: Shareefa Danish sebagai Fey	44
Gambar 10 : Dion Wiyoko sebagai Kelvin	45
Gambar 11: Adegan 1 Cuplikan 1	49
Gambar 12: Adegan 1 Cuplikan 2	49
Gambar 13: Adegan 2	53
Gambar 14: Adegan 3 Cuplikan 1	57
Gambar 15: Adegan 3 Cuplikan 2	57
Gambar 16: Adegan 4	61
Gambar 17: Adegan 5	65
Gambar 18: Adegan 6	68
Gambar 19: Adegan 7	72
Gambar 20: Adegan 8	75
Gambar 21: Adegan 9	79
Gambar 22: Adegan 10 Cuplikan 1	84
Gambar 23: Adegan 10 Cuplikan 2	84
Gambar 24: Adegan 11	88

ABSTRACT

Our media and society represented and stereotyped illogical beauty standards for women. Women were forced to follow the prevailing standards of beauty, even though every human being has various physical characteristics. This phenomenon found in the Imperfect: Career, Love and Scales movie. This movie carried a positive message so that woman are able to be more confident with their physical condition, and hopefully that illogical standards of beauty can be removed from our society. Along with this positive message, there were also signs in the movie that represented stereotypes of women's beauty standards.

This study aimed to find the stereotypical representation of beauty in the Imperfect: Career, Love and Scales movie. This study used Stuart Hall's representation theory. This study was qualitative, and the subject was the Imperfect: Career, Love and Scales movie. Data obtained by observation and documentation of scenes and dialogues in the Imperfect: Career, Love and Scales movie. The phenomenon in this study were analyzed using the semiotic analysis method of Roland Barthes, to found signs and classified them into denotation, connotation and myth. The results of this research found how the stereotypical representations of women's beauty showed in Imperfect Film: Career, Love and Scales.

Keywords: Imperfect Film, Semiotics, Women's Beauty Stereotypes

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era ini, perkembangan komunikasi sangatlah pesat terutama komunikasi dengan perantara media massa. Media massa menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam mendapatkan informasi pada perkembangan. Dalam penyampaian pesan dapat secara langsung maupun tidak langsung. Media massa terdiri dari surat kabar, radio, televisi, dan film. Film adalah media massa melalui audio dan visual. Menurut Wibowo, film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui media cerita. (Wibowo, 2006: 196)

Keberadaan film saat ini mempunyai makna yang berbeda dibanding dengan media massa lainnya. Film merupakan suatu media untuk menggambarkan sebuah bentuk seni kehidupan manusia. Film dapat merekam realitas yang berkembang dalam masyarakat yang ditayangkan ke layar lebar. Film mempunyai kemampuan yang dapat menjangkau dari banyak segmen sosial. Para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya (Sobur, 2013:127). Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan baik itu pesan pendidikan, informasi, dan hiburan. Pesan dalam film menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Media sendiri, salah satunya film bisa saja mengubah persepsi dan perilaku atau akan membawa efek besar bila apa yang ditampilkannya tidak hanya melaporkan apa yang terjadi dalam masyarakat, tapi juga bertanggung jawab untuk melancarkan suatu gerakan masyarakat dan meyakinkan bahwa gerakan yang mereka lakukan itu pasti menguntungkan.

Film merupakan salah satu media massa yang masih sangat diminati, terutama oleh khalayak muda hingga sekarang. Berdasarkan survei yang diselenggarakan di 16 kota besar oleh *Saiful Mujani Research and Consulting* (SMRC) pada Desember 2019 diperoleh hasil bahwa mayoritas kaum muda di kota-kota besar Indonesia menyatakan menonton film nasional di bioskop. itu menunjukkan 67 persen kaum muda berusia 15-38 tahun menyatakan menonton setidaknya satu film nasional di bioskop dalam setahun terakhir. Sementara 40 persen menyatakan menonton setidaknya tiga film nasional selama setahun terakhir. (<https://saifulmujani.com/67-persen-anak-muda-indonesia-menonton-film-nasional-dan-hanya-55-persen-menonton-film-asing/> diakses pada 1 Mei 2020)

Salah satu film nasional yang cukup gempar menyita perhatian banyak penonton film nasional di Indonesia adalah film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*. Film yang disutradarai oleh Ernest Prakasa ini cukup menggemparkan dunia perfilman Indonesia dengan ide cerita dan eksekusi yang baik, dan berhasil merebut atensi penonton di Indonesia. Film *Imperfect* bahkan hampir ditonton 250.000 kali hanya dalam waktu dua hari saja, dan ditonton 2.6 juta kali dalam waktu 36 hari penayangan.

(<https://lifestyle.bisnis.com/read/20200125/254/1193810/film-imperfect-cetak-26-juta-penonton> diakses pada 14 Juli 2020).

Film ini diangkat dari sebuah buku karangan istri dari sutradara Ernest Prakasa, Meira Anastasia dengan judul yang sama. Film yang rilis pada 19 Desember 2019 ini merupakan adaptasi dari pengalaman pribadi Meira Anastasia akan *body shaming* yang kerap menyerang dirinya lewat akun instagram pribadinya. Film ini mengangkat pada isu *body shaming* dan penerimaan terhadap kondisi diri sendiri. "Semoga film ini menjadi *message*, menjadi gerakan, supaya lebih fokus mencari kebahagiaan yang ada di dalam diri, bukan komentar orang. Boleh jadi keren dan cantik, tapi tanya diri sendiri, 'apa ini yang bisa buat saya bahagia?', tutur Meira Anastasia pada konferensi pers peluncuran trailer film Imperfect:Karier, Cinta & Timbangan: Karier, Cinta & Timbangan (<https://www.kumparan.com> diakses pada 27 Maret 2020)

Gambar 1: Poster Film Imperfect:Karier, Cinta & Timbangan



Sumber :

(https://id.wikipedia.org/wiki/Imperfect:_Karier,_Cinta_%26_Timbangan diakses

pada 27 Maret 2020)

Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan bercerita tentang Rara (diperankan oleh Jessica Milla) yang memiliki karakteristik fisik bertubuh gemuk, berambut keriting, dan berkulit gelap. Ia tumbuh di keluarga, ibu dan adik yang bertolak belakang darinya. Bisa dipastikan adiknya, Lulu (Yasmin Napper), memenuhi kriteria perempuan cantik yang dibangun oleh masyarakat: cantik, tinggi, putih, rambut lurus dan feminim. (<https://kumparan.com/review-sinema/review-film-imperfect-karier-cinta-and-timbangan-perjalanan-untuk-bersyukur-1u24XK8bY23> diakses pada 17 Desember 2020)

Rara bekerja sebagai tim riset di perusahaan produk kecantikan. Rentetan perundungan, sindiran, hingga *body shaming* terang-terangan di hadapi Rara dengan tabah, sampai suatu waktu ia kalah dalam persaingan naik jabatan di tempat kerja . Kelvin (Dion Wiyoko) sang pemilik perusahaan sadar betul bahwa sebuah produk kecantikan tidak cukup diwakili oleh perempuan berotak cerdas, melainkan harus pula berpenampilan rupawan. (<https://www.tagar.id/sinopsis-fim-imperfect-karier-cinta-dan-timbangan> diakses pada 17 Desember 2020)

“Ini masalah orang jelek. Lo enggak akan *ngerti*,” kata Rara kepada adiknya, Lulu. Pernyataan ini mungkin jadi salah satu dialog yang paling jujur dan *powerfull* dalam film. Selain Rara, banyak tokoh dalam film yang kerap mengkhawatirkan kondisi seperti rambut, gigi, dan postur tubuh mereka. Ada standar ideal kecantikan, dan semua perempuan tampaknya

tidak bisa memenuhi itu.

Film yang disutradarai komedian Ernest Prakasa ini berusaha menggambarkan rasa tidak percaya diri dan tekanan sosial yang kerap diterima perempuan, terutama terkait tubuhnya. Selain itu, pembuat film ingin menyentil industri *fashion* dan kecantikan yang memiliki standar tak masuk akal terhadap tubuh perempuan.

(<https://magdalene.co/story/imperfect-ingin-sebarkan-citra-tubuh-positif> diakses pada 13 Juni 2020)

Realitas yang ditemukan di kehidupan nyata, masih banyak perempuan merasa tidak percaya diri dengan. Data didapat dari survei Indonesia *Beauty Confidence Report* 2018. Jajak pendapat yang dibuat *brand* perawatan kecantikan Dove ini melibatkan 300 responden wanita Indonesia. Survei tersebut menunjukkan 84 persen responden mengaku tidak merasa cantik. Sebanyak 72 persen di antaranya percaya kesuksesan didapatkan dengan memenuhi standar kecantikan tertentu. Menurut Muettia Hatta, seorang tokoh perempuan Indonesia, banyak dari mereka yang merasa tidak percaya diri karena adanya *the culture shapes the idea* (budaya yang membayangi pemikiran.

(<https://www.dream.co.id/lifestyle/survei-84-persen-wanita-indonesia-tak-merasa-cantik-1809254.html> diakses pada 1 Mei 2020)

Sedangkan dari survey *Real Beauty* yang dilakukan oleh lembaga survey independen *Research International* dan telah dilakukan pada sekitar 2000 orang di Asia termasuk Indonesia, didapatkan hasil bahwa hanya ada

3% wanita Asia dan 1% wanita Indonesia yang berani menyatakan bahwa dirinya cantik. Hal ini dikarenakan mereka melihat suatu kecantikan berdasarkan stereotip yang selalu ditunjukkan dengan wanita bertubuh ramping, berkulit mulus, berwajah menarik, berleher jenjang dan sebagainya yang berkaitan dengan kondisi fisik seolah-olah menjadi persyaratan utama seorang wanita agar berhak menyandang gelar cantik. Stereotip yang ada (tentang kecantikan) selalu ditunjukkan di media massa sehingga banyak perempuan merasa tidak puas terutama dengan keadaan fisiknya (<https://health.detik.com/kejiwaan/d-403857/kecantikan-sejati-wanita-indonesia-> diakses pada 1 Mei 2020).

Data diatas membuktikan bahwa lingkungan di sekitar kita merepresentasikan konsep kecantikan sedemikian rupa. Representasi sendiri adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan konsep dan bahasa yang menggambarkan objek, orang, maupun fisik (Hall,1997). Konsep tentang cantik yang ada di kepala diproduksi melalui bahasa, baik bahasa visual, maupun verbal yang dikonstruksi secara sosial dan budaya. Misalnya, cantik dilihat dari fisik seseorang seperti cerah tidaknya kulit, dari rambut yang lurus, dari badan yang ramping, hidung mancung, leher jenjang, dan lain sebagainya. Pada akhirnya cantik adalah pemaknaan dari manusia itu sendiri dan yang pada akhirnya menjadi sebuah stereotip di masyarakat.

Stereotip sendiri adalah penilaian terhadap seseorang hanya berdasarkan persepsi terhadap kelompok di mana orang tersebut dapat

dikategorikan. Stereotip dapat berupa prasangka positif dan juga negatif, dan kadang-kadang dijadikan alasan untuk melakukan tindakan diskriminatif. Stereotip atau pelabelan terbentuk secara evolutif dalam masyarakat sejalan dengan perkembangan intuisi atau tradisi yang dibuat masyarakat. Intuisi atau tradisi-tradisi tersebut umumnya diawali keyakinan-keyakinan tertentu atau kebiasaan-kebiasaan yang kemudian dikuatkan menjadi kepercayaan (Zulkarnaini Abdullah: 2003).

Menurut data dari survey yang dibahas di atas, dengan munculnya sebuah stereotip tentang makna cantik yang terbentuk di masyarakat, ada pihak-pihak yang merasa terdiskriminasi. Sebagian perempuan dengan penampilan fisik sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat akan merasa puas dengan dirinya, namun sebagian lagi yang memiliki ciri fisik yang tidak sesuai dengan stereotip tersebut akan kehilangan kepercayaan diri. Hal ini menjadi fenomena sekaligus masalah yang sayangnya sudah menjadi sebuah hal yang dianggap lumrah oleh masyarakat kita.

Oleh karena itu, tidak sedikit perempuan yang melakukan segala upaya untuk berpenampilan seperti standar kecantikan yang ada pada masyarakat demi menghindari rasa tidak percaya diri. Rasa tidak percaya diri tersebut tidak menutup kemungkinan dapat menjadi hambatan seseorang untuk berekspresi dan mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Padahal selain penampilan fisik, menjaga kecantikan dari dalam diri berupa perilaku dan intelektual juga sangat penting.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ

خَبِيرٌ

Artinya : “Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (Q.S. Al-Hujurat ayat 13)

Menurut tafsir Maulana Muhammad Ali tentang surat Al-Hujurat ayat 13, pada Ruku 2 : Menghormati Persaudaraan Islam halaman 1297, dipaparkan ajaran mengenai persaudaraan dilandasi dengan landasan yang amat luas. Yang dituju disini bukanlah kaum mukmin saja, melainkan seluruh umat manusia seumumnya yang mereka itu seakan-akan satu keluarga, dan terbaginya menjadi bangsa, kabilah dan keluarga, janganlah ia sekali-kali merenggangkan hubungan mereka melainkan supaya mengenal satu sama lain, bukan untuk saling mengunggulkan diri sendiri. Keunggulan seseorang diantara orang lain dalam persaudaraan besar ini bukanlah bergantung pada kebangsaan, kekayaan ataupun derajat, melainkan bergantung pada taqwa atau ketinggian akhlaknya.

Dari tafsir diatas, dapat kita ketahui bahwa Al-Qur'an sudah memerintahkan kita untuk tidak merasa unggul dari manusia lain, terutama yang berbeda bangsa, suku, dll. Manusia juga diperitahkan untuk tidak mengkotak-kotakkan golongan, dan senantiasa menjadikan perbedaan

diantara manusia sebagai sarana untuk saling mengenal. Sehingga stereotip kecantikan yang jatuhnya adalah mengkotak-kotakkan perempuan menjadi yang cantik dan tidak cantik adalah sesuatu persoalan yang tidak seiring dengan perintah agama. Lagipula kecantikan yang sebenarnya datang dari perangai, akhlak mulia, dan tinggi rendahnya derajat kita di mata Allah SWT hanya dilihat dari bagaimana taqwa kita kepada-Nya.

Dari apa yang telah dituliskan di muka, dapat diketahui bahwa dari sebuah film terjadi proses menuangkan suatu ide ke dalam bentuk visual agar masyarakat memiliki kesamaan bahasa dalam mengartikan tanda. (Sobur, 2013 : 15).

Film *Imperfect: Karier, Cinta, & Timbangan* memang membawa pesan positif yang berlawanan dengan stereotip kecantikan yang merugikan perempuan, namun penulis masih menemukan tanda-tanda visual, teks, dan suara dalam film yang masih berlawanan dengan pesan tersebut. Dengan metode analisis semiotika, data berupa tanda-tanda ini yang ada akan dikaji lebih dalam demi menemukan bagaimana representasi stereotip kecantikan ditampilkan dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah “Bagaimana Representasi Stereotip Kecantikan dalam Film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa representasi stereotip kecantikan dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih kepada ilmu pengetahuan terutama pada ranah komunikasi massa, serta menjadi tambahan referensi di bidang Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti lain yang mempunyai minat dalam meneliti representasi dalam media massa terutama film.

E. Telaah Pustaka

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yang diharapkan mampu mendukung kelancaran penelitian.

Pertama, adalah penelitian berbentuk skripsi yang disusun oleh Evyono Adi Wibowo, mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2015 yang berjudul *Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita. (Analisis Semiotika Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita)*. Dalam penelitian ini Evyono menjabarkan bagaimana fenomena yang sampai

sekarang masih terjadi yakni film sebagai komunikasi massa yang dapat mempengaruhi audiensnya masih sering menampilkan wanita sesuai dengan stereotip dapur, kasur, sumur atau masak, macak, manak. Dan bagaimana perempuan selalu ditempatkan menjadi pihak yang lemah, dan menjadi sumber dari segala masalah seperti pemerkosaan, penganiayaan, kekerasan dan lain-lain. Hasil dari penelitian ini adalah , bahwa dalam film Wanita Tetap Wanita ditemukan representasi perempuan yang positif, yang mematahkan stereotip perempuan yang sering ditampilkan, yakni film ini merepresentasikan perempuan sebagai berikut : 1)Perempuan Kuat 2)Perempuan Pintar 3)Perempuan Pekerja Keras.

Persamaan penelitian Evyono dengan penelitian penulis adalah keduanya merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes, dan subjek keduanya merupakan salah satu komunikasi massa yakni film. Perbedaan yang dimiliki adalah pada penelitian Evyono terletak pada objek penelitian, dimana penelitian Evyono objeknya adalah representasi perempuan, sedangkan pada penelitian ini objeknyanya adalah representasi stereotip kecantikan.

Kedua, penelitian berbentuk skripsi yang disusun oleh Haidar Al Jufri, seorang mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2018 dengan judul penelitian Representasi *Stereotype* Arab dalam Film (Analisis Semiotika Representasi Keturunan Arab Indonesia dalam Film Abdullah V Taheshi). Dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana orang-orang dengan keturunan Arab di Indonesia selalu

diidentifikasi dengan atribut-atribut dan bahasa verbal tertentu. Dalam film *Abdulla v Takeshi* sendiri peneliti menemukan atribut-atribut yang selalu diidentifikasi dengan keturunan Arab Indonesia, misal gamis untuk laki-laki, sajadah, jilbab untuk perempuan, dan juga ucapan “ana-ente”. Hasil dari penelitian tersebut adalah dari film *Abdullah V Takeshi* ditemukan beberapa stereotip yang diberikan kepada orang Arab Indonesia, yakni 1) Stereotip rajin beribadah (dari penggunaan atribut seperti gamis, jilbab, sajadah) 2) Stereotip Pengetahuan Bahasa (dari dialog yang mencampurkan bahasa Arab dalam obrolan sehari-hari) 3) Stereotip Memiliki hubungan yang tertutup dengan kelompok lain 4) Stereotip profesi utama adalah pedagang.

Persamaan penelitian Haidar dengan penelitian ini adalah sama-sama merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes dan subjek penelitian merupakan media massa berupa film. Perbedaan penelitian Haidar dengan penelitian ini adalah pada objek yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah representasi stereotip Arab sedangkan pada penelitian ini objeknya adalah representasi stereotip kecantikan.

Ketiga, adalah penelitian berbentuk jurnal yang ditulis oleh Dini Aprilita dan Refti Handini Listyani, mahasiswa strata satu Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya dengan judul *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada akun*

@mostbeautyindo, @bidadarisurga dan @papuan_girl), Vol.04 Nomor 03 tahun 2016. Penelitian ini membahas bagaimana media massa berusaha mengkonstruksi kecantikan perempuan, salah satunya Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar representasi kecantikan yang ditampilkan oleh akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl. Hasil dari penelitian ini berhasil membongkar dan menganalisis makna konotasi mengenai representasi kecantikan antara lain: (1) Modernitas sebagai Representasi Kecantikan (2)Sensualitas sebagai representasi kecantikan (3) Religiusitas sebagai representasi kecantikan (4) Budaya Lokalitas sebagai Representasi Kecantikan. Persamaan penelitian Dini dan Refita dengan penelitian peneliti adalah keduanya merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes dan memiliki objek penelitian yang sama yakni representasi. Sedangkan perbedaan penelitian Dini dan Refita dengan penelitian peneliti terletak pada subjek dan objeknya, dimana subjek penelitian Dini dan Refita adalah sosial media instagram dan penelitian peneliti adalah media massa film.

F. Landasan Teori

1. Representasi

a. Definisi Representasi

Teori representasi Stuart Hall memperlihatkan suatu proses di mana arti (*meaning*) diproduksi dengan menggunakan bahasa (*language*) dan dipertukarkan oleh antar anggota kelompok dalam

sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi menghubungkan antara konsep (*concept*) dalam benak kita dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan kita untuk mengartikan benda, orang, kejadian yang nyata (*real*), dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*) (Hall, 1997).

Ada 2 pengertian representasi menurut Stuart Hall. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang ‘sesuatu ‘ yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’ yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk Pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok.

Konsep-konsep yang terdapat di pikiran tersebut harus dituangkan dalam bentuk bahasa. Kita harus memiliki peta konseptual yang sama sehingga kita dapat melihat dan memahami dunia melalui sistem klasifikasi yang sama yang ada di pikiran kita. Dengan demikian kita bisa mengartikan, saling bertukar konsep ke dalam bentuk tulisan, suara yang diucapkan, maupun gambar visual. Bahasa merupakan sarana untuk memaknai, menghasilkan, dan

mengubah makna. (Hall, 1997)

b. Proses Representasi

Proses produksi makna hingga penggunaan dalam konstruksi sosial, Stuart Hall memetakannya menjadi tiga proses representasi yaitu:

Pertama, melalui pendekatan Reflektif: dalam pendekatan ini bahasa berfungsi sebagai cermin, yang merefleksikan atau memantulkan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Dalam pendekatan ini, sebuah makna sangat tergantung pada sebuah objek, orang, ide atau peristiwa di dalam dunia nyata. Bahasa pun berfungsi sebagai cermin yaitu untuk memantulkan arti sebenarnya seperti yang telah ada di dunia. Namun tanda visual sendiri akan membawa sebuah hubungan kepada bentuk dan tekstur dari objek yang direpresentasikan.

Kedua, pendekatan intensional: penggunaan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu. Dalam pendekatan ini bahasa dikomunikasikan sesuai dengan cara pandang kita terhadap sesuatu. Pendekatan ini menunjukkan bahwa seorang pembicara, penulis atau siapapun yang mengungkapkan pengertiannya yang unik ke dalam dunia melalui sebuah bahasa.

Ketiga, pendekatan Konstruksi: pendekatan ini merupakan sebuah konstruksi makna melalui bahasa. Kita mengkonstruksi makna lewat bahasa yang kita pakai. Ini adalah pendekatan ketiga

untuk mengenali publik, karakter sosial dan bahasa. Sistem representasi dari pendekatan konstruksi ini meliputi suara, gambar, cahaya pada foto, coretan-coretan yang kita buat atau representasi dapat juga disebut sebagai praktek dari jenis kerja yang menggunakan obyek material. Namun demikian makna tidak tergantung pada kualitas material tanda, tetapi lebih kepada fungsi simbolik. (Hall, 1997)

2. Stereotip Kecantikan di Indonesia

a. Stereotip

Stereotip berasal dari kata Yunani, *stereos* yang artinya kaku dan *tupos* yang artinya jejak. Leyen dkk (1994, 11) yang banyak mengkaji dari pendekatan kognisi sosial mendefinisikannya sebagai keyakinan-keyakinan yang dimiliki tentang atribut seseorang, biasanya tentang sifat-sifat kepribadian namun lebih sering tentang perilaku kelompok orang. (Susetyo, 2010: 21)

Stereotip menurut Leyen merupakan produk dari proses *stereotyping* yaitu suatu proses yang sudah berlangsung jauh sebelumnya. *Stereotyping* sendiri merupakan proses kategorisasi informasi tentang individu-individu dari suatu kelompok yang merupakan lawan interaksi (konkrit maupun simbolik) dari individu sebagai pengamat. (Susetyo, 2010: 21)

Stereotip terbentuk melalui bermacam cara yang bersifat sosiokultural, yaitu melalui sosialisasi dalam keluarga dan sekolah,

melalui gambar-gambar yang berulang kali ditayangkan di buku-buku, televisi dan surat kabar. Pengalaman sosiokultural yang demikian yang menjadi sumber potensial stereotip prejudesial (stereotip yang mengandung prasangka). (Susetyo, 2010: 56)

b. Mitos Kecantikan Perempuan di Indonesia

Mitos kecantikan melawan kebebasan baru perempuan terhadap wajah dan tubuh perempuan itu sendiri. Tata sosial dipertanyakan dan merasa perlu mempertahankan dirinya dengan mengelakan fakta tentang perempuan, wajah dan tubuh yang sesungguhnya dari perempuan itu sendiri serta suara perempuan dan mengurangi makna perempuan melalui gambaran 'cantik' yang diformulasikan dan direproduksi terus menerus (Wolf, 2002: 18).

Menurut Wolf kriteria cantik selalu berubah dari masa ke masa, paling tidak jika dilihat dari sisi estetis. Definisi kecantikan adalah relatif karena pengertian cantik dari waktu ke waktu selalu berubah dan begitu juga pengertian cantik di tiap negara berbeda. Konsep kecantikan seseorang di daerah tertentu boleh jadi berbeda dari konsep kecantikan seseorang di daerah lain. (Wolf, 2002)

Di Indonesia, kecantikan pun berbeda-beda, pada suku Jawa misalnya, perempuan cantik ialah mereka yang menjaga sikap dan sopan santun, serta perempuan dengan warna kulit kuning langsung seperti perempuan-perempuan keraton. Suku Dayak, perempuan cantik dikategorikan dengan mereka yang memanjangkan

telinganya sampai ke bawah. Berbeda pada masyarakat Karo, cantik ialah mereka yang memiliki kaki besar, karena dianggap lebih menarik (Sena,, Jurnal Masyarakat Maritim, 2019: 2)

Abdullah (2006: 138) dalam Khulsum (2014) menyatakan adanya pengaruh globalisasi terhadap semua aspek kehidupan manusia, tak terkecuali tubuh. Tubuh dipengaruhi oleh konstruksi budaya, dimana setiap budaya pada dasarnya memiliki kekhasan kecantikan yang didasarkan pada aspek fisik dan nonfisik. Dengan demikian, setiap budaya sebenarnya memiliki cakupan dan batasan tersendiri terhadap konsep kecantikan yang ada.

Media bersama dengan industry kecantikan telah membentuk standar kecantikan, yang kemudian menyamaratakan persepsi masyarakat Indonesia mengenai konsep cantik. Akibatnya adalah kecantikan yang berasal dari kelompok masyarakat tertentu yang memiliki keunikan fisik, atau kriteria fisik yang berbeda menjadi terpinggirkan dan diabaikan. (Aprilita dan Listiyani, Jurnal Sosiologi, 3, 2016)

Media mempunyai peran besar dalam membentuk stereotip atas kecantikan perempuan. Kecantikan menurut media selalu dicirikan dengan tampilan fisik yang menarik. Namun kecantikan yang dicirikan oleh media banyak diwujudkan dalam bentuk keindahan wanita. Stereotip tentang kecantikan tersebut sering dipraktikkan media melalui tayangan-tayangan baik film maupun

televisi. (Wolf, 2002: 13)

Cantik yang diformulasikan telah menjadi sebuah standar namun hal itu dianggap adalah mitos. Mitos kecantikan yang ditetapkan sebagai standar cantik ala barat (*western*) yang saat ini bisa dikatakan sebagai *universal feature of beauty*. Pada awalnya standar cantik ala barat berasal dari Eropa yang disebut standar cantik *Northen Europe* yang kemudian diadaptasi oleh sebagian besar masyarakat dunia termasuk di Afrika dan Asia. Mitos kecantikan tersebut meliputi tubuh yang tinggi, langsing, berkulit putih (*light skin*), rambut pirang, mata yang berbinar dan lebar, *flowing haired* (rambut yang panjang, lembut) dan hidung yang kecil dan mancung (*narrow noses*). Saat ini standar kecantikan tersebut bisa disebut sebagai *universal feature of beauty*, walaupun di beberapa kebudayaan di negara tertentu tidak memiliki ciri cantik yang sebagaimana disebutkan namun tetap mengakui *universal feature of beauty* sebagai sesuatu hal yang memang cantik. (Berry, 2007:3)

Di tahun 50-an, kebanyakan perempuan Indonesia menganut konsep cantik yang berkiblat ke standar cantik ala barat kemudian di tahun 70-an, mulai timbul konsep cantik baru yaitu cantik yang menggali kearifan lokal namun masih banyak juga yang berkiblat ke konsep cantik barat (Tilaar, 1999:57). Dalam buku Pengantar Teori Komunikasi (Turner & Yangwen, 2009:88) dikatakan

Indonesia sendiri saat ini memiliki mitos kecantikan yang dianggap ideal oleh sebagian besar masyarakatnya yaitu berkulit putih/kuning langsung yang halus dan lembut (fair skin), wajah keEropaan atau Indo (hidung mancung, mata bulat/lebar, tulang pipi yang tinggi) dan tubuh yang langsing. Sehingga ciri cantik yang disebutkan John Berry dalam *universal of beauty* dapat dikatakan sebagai mitos cantik ideal di Indonesia.

Beberapa elemen mitos kecantikan sebagaimana yang ada dalam *universal feature of beauty* (Berry, 2007:3) yaitu :

1) Warna Kulit

Standar kecantikan yang dilihat dari warna kulit ini adalah warna kulit putih. Konsep warna kulit putih bisa berbeda-beda di setiap negara, kelompok masyarakat bisa saja menganggap bahwa mereka berasal dari ras kulit putih yang sama namun sebetulnya mereka memiliki warna kulit yang berbeda (Prasetyaningsih, 2007:129). Seperti kebanyakan orang beranggapan bahwa ras Caucasian adalah ras kulit putih namun sebetulnya warna kulit mereka adalah merah. Konsep kulit putih di Indonesia bisa disebut dengan mereka yang memiliki warna kulit cerah, kuning langsung.

2) Bentuk Tubuh

Bentuk tubuh yang diyakini dan dianggap cantik

adalah bentuk tubuh langsing. Tubuh langsing dan proposional merupakan elemen kecantikan yang hampir ada di semua tipe kecantikan dari tahun ke tahun, dan berdasarkan *universal feature of beauty*, tubuh yang ramping dianggap sebagai suatu hal yang cantik ideal.

3) Wajah Cantik

Berdasarkan *universal feature of beauty*, wajah yang dianggap cantik ideal adalah yang memiliki warna kulit putih/cerah, hidung mancung dan ramping, mata lebar (Berry, 2007:3) . Hal ini juga ditambahkan dalam mitos kecantikan yang dikemukakan oleh Wolf yang mengatakan wajah cantik adalah wajah yang bebas jerawat dan mulus.

4) Bentuk Rambut

Berdasarkan *universal feature of beauty*, perempuan yang dianggap cantik ideal memiliki rambut yang panjang dan lembut atau disebut dengan *flowing hair* dan berwarna pirang

Kebudayaan barat dianggap sebagai kebudayaan dominan. Kebudayaan dominan dalam masyarakat akan menentukan standar bagus atau tidak bagusnya penampilan seseorang. Pandangan seperti itu dapat tersebar akibat globalisasi: melalui televisi, film-film, iklan dan media massa lainnya, media-media tersebut mengonstruksikan

standar penampilan yang diterima maupun yang tidak diterima, standar tersebut adalah standar yang telah diseragamkan (Berry, 2007:3)

3. Film Sebagai Komunikasi Massa

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. (Effendi, 1986: 34). Film juga merupakan medium ekspresi artistik sebagai suatu alat para seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita. Secara esensial dan substansial film memiliki power yang akan berimplikasi terhadap komunikasi masyarakat. (Wibowo, 2006: 196)

Film merekam realitas yang berkembang dalam masyarakat kemudian memproyeksikan ke layar lebar. Kemampuan film dalam menciptakan gambar dan suara dapat menjangkau berbagai segmen sosial dan berpotensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sehingga film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibalikinya (Sobur, 2013:127).

Film juga menurut Prof.Effendy adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan (Effendy, 1986: 209). Film mempunyai suatu dampak tertentu terhadap penonton, dampak – dampak tersebut dapat berbagai macam seperti, dampak psikologis,

dan dampak sosial.

4. Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari komunikasi. Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini. Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, Semeion yang berarti “tanda” atau seme, yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api. (Sobur, 2013: 16)

Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya menggambarkan arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Dalam penelitian sastra, kerap berhubungan dengan sintaksis antara tanda-tanda (strukturalisme) dan hubungan antara tanda dan apa yang ditandakan (semantik). (Sobur, 2013: 17)

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu

diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan). (Sobur, 2013: 15)

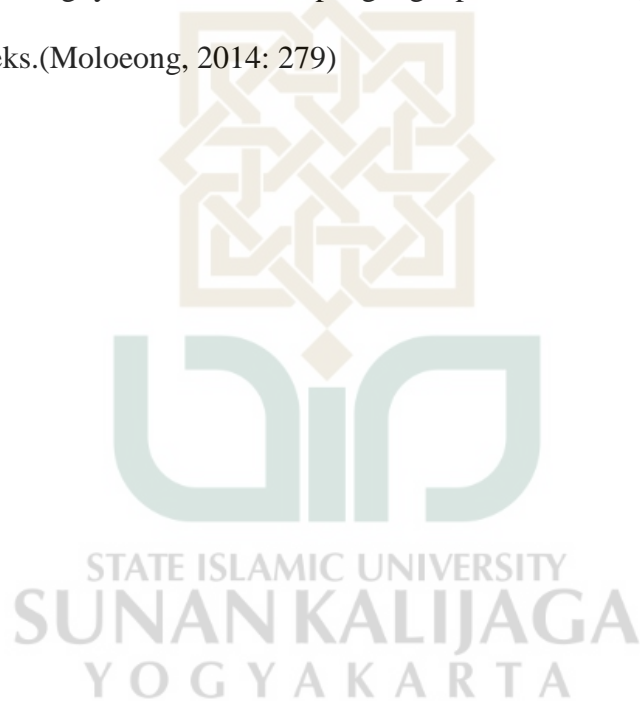
Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika dalam istilah Barthes, hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*), memaknai hal-hal (*thinks*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Mengenai tanda, menurut Saussure adalah sebagai kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan. Di mana ada tanda pasti ada sistem, sebuah tanda mempunyai dua aspek yang ditangkap indra yang disebut dengan signifier, bidang penanda atau bentuk lain yang disebut signified. Sedangkan menurut Pierce, tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu pada objek. (Sobur, 2013: 5-16)

Semiotika, yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of sign*), pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang

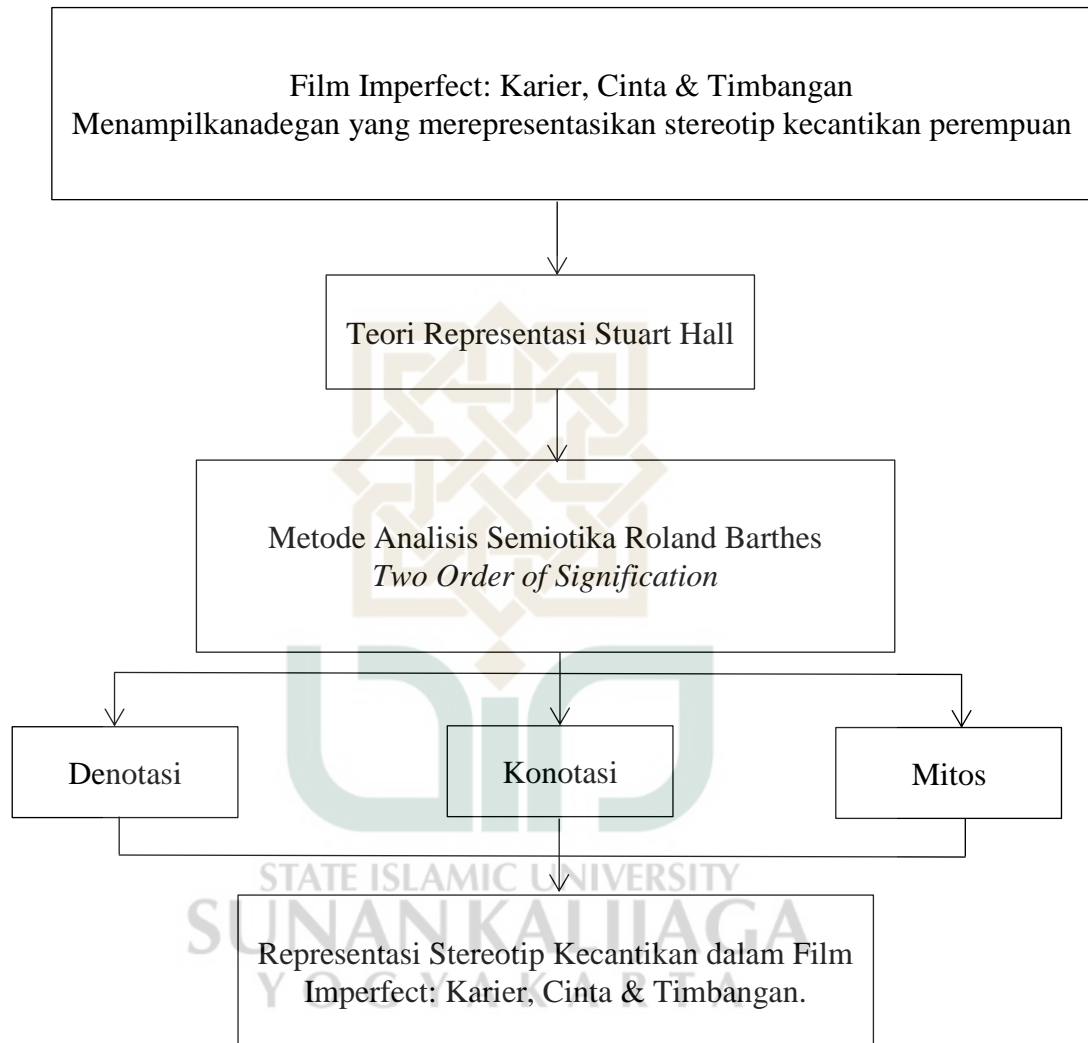
entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna. (Budiman, 2011: 3)

Semiotik terutama berkaitan dengan makna dari tanda dan simbol dalam bahasa. Gagasan penting adalah kata-kata atau tanda dapat di'tugas'kan terutama pada kategori konseptual, dan kategori ini merepresentasikan aspek-aspek penting dari suatu teori yang akan diuji. Pentingnya ide itu adalah pengungkapan frekuensi yang muncul dalam teks.(Moloeong, 2014: 279)



G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1 : Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menjelaskan fenomena secara sedalam-dalamnya dengan memaparkan situasi yang bersifat faktual dan menggambarkan fenomena tersebut (Kriyantono, 2009:56-57).

Peneliti menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menggambarkan situasi atau kondisi yang berhubungan dengan stereotip kecantikan dalam film *Imperfect : Karir, Cinta & Timbangan*. Hal ini tentu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dengan tujuan menemukan tanda-tanda apa saja yang ditemukan dan digunakan untuk membentuk suatu makna dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap mengumpulkan data. Subjek penelitian tak dapat berupa benda, hal, atau orang. Tapi subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia (Arikunto, 2007:152). Subjek penelitian disini adalah *scene-scene* dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*.

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia: 1989: 622). Menurut (Supranto 2000: 21) objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), objek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Objek penelitian dalam penelitian ini adalah representasi stereotip kecantikan perempuan.

3. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah adegan dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*. Film ini menampilkan adegan yang merepresentasikan stereotip kecantikan secara terang-terangan sebelum akhirnya pesan positif akan penerimaan terhadap kondisi diri sendiri disampaikan. Peneliti akan menggunakan data primer yaitu adegan-adegan dibalik pesan positif film, yang tidak ditekankan dan mungkin tidak disadari oleh penonton dan masih merepresentasikan stereotip kecantikan perempuan.

b. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini adalah referensi-referensi dari jurnal internasional dan nasional, artikel-artikel, situs internet, dan buku-buku yang diperlukan dalam mengkaji penelitian ini.

4. Teknik Pengambilan Data

a. Observasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses observasi tidak langsung, yaitu observasi tidak langsung, yakni sebuah pengamatan atau pencatatan suatu objek namun tidak pada saat peristiwa berlangsung, namun dapat melalui foto, dokumen, maupun film. Observasi akan dilakukan melalui film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan* yang dirilis pada Desember 2019.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk menggali berbagai data di masa lampau secara sistematis dan objektif dengan tujuan mendapatkan informasi yang dapat mendukung analisis dan juga interpretasi data (Kriyantono, 2009). Dokumentasi berupa film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan* yang berdurasi 112 menit dan telah dirilis pada Desember 2019.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dari penelitian ini berupa referensi-referensi dari jurnal internasional dan nasional, artikel-artikel, situs internet, dan buku-buku yang diperlukan dalam mengkaji penelitian ini.

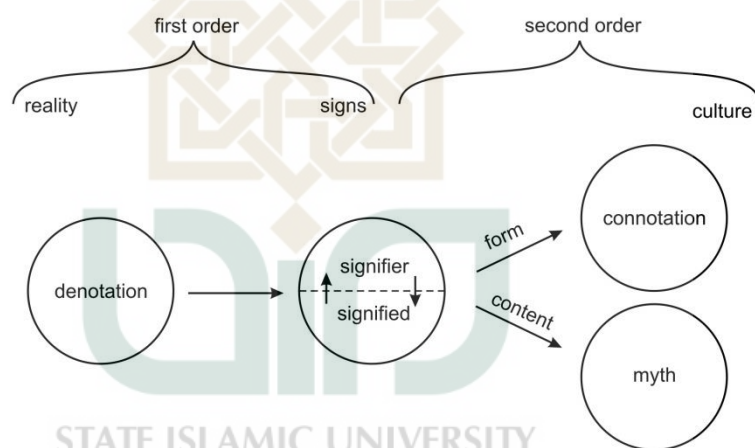
5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, untuk mengkaji film *Imperfect*, peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengurai data dengan menganalisis simbol menjadi makna dalam film tersebut. Model

analisis semiotika dipilih karena Analisis semiotika bertujuan untuk menemukan makna-makna yang terdapat dalam suatu tanda, baik makna-makna yang tersembunyi dalam sebuah tanda, seperti teks, iklan dan berita (Kriyantono, 2009).

Menggunakan model sistematis Roland Barthes pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (two order of signification), seperti terlihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2 : Two Order of Signification Roland Barthes



Sumber : (Alex Sobur, Analisis Teks Media, 2013, hlm. 127)

Melalui gambar ini Barthes seperti yang dikutip Fiske menjelaskan signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terdapat realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi etika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari

pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya.

Konotasi mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan. (Wahyuningsih, *Jurnal Sosio Didaktika*, 1, Desember 2014:175-176)

6. Metode Keabsahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas (derajat kepercayaan) dengan proses triangulasi data, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. (Moleong, 2005:178)

Menggunakan Triangulasi Teori untuk mempertajam analisis yang dilakukan peneliti, dan memanfaatkan teori yang diperlukan untuk rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif (Kriyantono, 2009 : 70-71).

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis semiotika yang telah dilakukan peneliti terhadap film *Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan*, ditemukan representasi stereotip kecantikan perempuan di Indonesia, dibalik pesan positif film yang berusaha melawan standar kecantikan. Representasi stereotip kecantikan ditunjukkan yakni dari bentuk tubuh, warna kulit, standar cantik wajah juga bentuk rambut. Hal tersebut diperlihatkan melalui makna denotasi, konotasi juga mitos yang terbentuk dan merepresentasikan stereotip kecantikan perempuan.

Bentuk-bentuk representasi stereotip kecantikan dalam film *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan*, yakni perempuan dengan tubuh langsing, tercatat ada 4 dari 11 adegan (adegan 1-4) yang diteliti merepresentasikan hal tersebut. Stereotip kecantikan perempuan direpresentasikan dari visual, dan juga verbal dimana Rara yang bertubuh langsing mendapat perlakuan lebih baik daripada saat tubuhnya gemuk, busana kerja Rara yang digambarkan tak serapi dan sebagus rekan kerja lainnya yang bertubuh langsing, juga Rara yang diam dan mengakui bahwa ia terlihat lebih cantik saat kurus.

Film ini juga merepresentasikan stereotip kecantikan perempuan, yakni standar wajah cantik bagi perempuan. Sebanyak 3 yang sudah diteliti adegan (adegan 5-7) yakni dimana tokoh Neti yang berhidung pesek

menjadi bahan komedi dalam film, disaat Maria menganggap aneh Prita yang berniat menambah tahi lalat yang ia anggap cantik, kemudian saat Endah menganggap giginya tak terlalu berantakan, namun Neti malah menganggap giginya bisa diperbaiki.

Stereotip kecantikan perempuan berupa bentuk rambut yang lurus, direpresentasikan dari 3 adegan yang sudah diteliti (adegan 8-10). Representasi didapatkan dari visual Rara digambarkan tetap menampilkan rambut lurusnya dibanding rambut aslinya, saat ia mengatakan bahwa setiap perempuan tak harus mengikuti standar kecantikan. Adegan selanjutnya menampilkan tanda verbal berupa percakapan antara anak kos yang menjadikan rambut keriting Maria sebagai bahan komedi dalam film, juga dari visual adegan yang memperlihatkan bagaimana rambut lurus digambarkan sebagai rambut yang menawan.

Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan dalam adegan 11 juga merepresentasikan stereotip kecantikan perempuan dari warna kulit, yakni cantik itu berkulit putih. Stereotip tersebut direpresentasikan dari adegan verbal berupa percakapan Dika dan Teddy yang menyetujui Lulu yang berparas kulit putih menjadi model pemotretan mereka dan menganggapnya ide yang bagus.

Film ini membawa pesan positif kepada kaum perempuan agar lebih bersyukur dan merasa percaya diri dengan kondisi fisiknya, dan agar lingkungan menghapus standar kecantikan tak masuk akal yang berlaku. Namun tak hanya pesan tersebut, dengan penelitian yang menggunakan

analisis semiotika ini, dapat disimpulkan bagaimana bentuk representasi stereotip kecantikan disampaikan dalam Film *Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan*.

Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun penelitian ini, namun di dalamnya tentu ditemukan banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang baik dan konstruktif dari pembaca.

B. Saran

Peneliti memiliki beberapa saran untuk beberapa pihak agar dapat menjadi masukan, meskipun penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Adapun saran yang dimaksud sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat dan mampu dijadikan bahan koreksi dan acuan dalam penelitian selanjutnya. Juga bahwa penting untuk kita bersikap kritis terhadap fenomena yang ada di sekitar kita, dan lebih memahami mengenai masalah yang akan kita teliti. Karena dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika, maka kita harus lebih kritis dalam menganalisis.
2. Saran untuk pelaku industri film agar lebih teliti dalam memilih adegan dan penayangan simbol-simbol dalam film, agar tetap selaras dengan pesan yang ingin disampaikan oleh film dan tidak malah berkebalikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Afthonul. 2015. *Teori Identitas Sosial*. Yogyakarta, Yogyakarta: UII Press.
- Al Jufri, Haidar. 2018. "Representasi Stereotip Arab dalam Film (Analisis Semiotika Representasi Keturunan Arab Indonesia dalam film Abdullah V takeshi)." Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta.
- Ali, Maulana Muhammad. 2014. *The Holy Qur'an*. Jakarta: Darul Kutubil Islamiyah
- Aprilita, Dini. Listiyani, Refti Handini. "Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada akun @mostbeautyindo, @bidadarisurga dan @papuan_girl)" Jurnal Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya Vol.04 Nomor 03 tahun 2016.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Bandung : Niagara
- Berry, J.W. dkk. 1999, *Psikologi Lintas Budaya*. Jakarta: Gramedia
- Brilio net (2020) "Asal Mula Standar Kecantikan bagi Wanita Indonesia" dari <https://www.brilio.net/cewek/ini-asal-mula-standar-kecantikan-bagi-wanita-indonesia-170731i.html>
- Brilio.net (2020) "14 Potret Seleb jadi Bintang Iklan Shampo Jaman Dulu" dari <https://www.brilio.net/selebritis/14-potret-seleb-jadi-bintang-iklan-sampo-zaman-dulu-menawan-200709y.html>
- Budaya dan Media (2020) "Rambut Kamu Gak Lurus Jangan Harap Bisa Jadi Iklan Shampo" dari <https://budayadanmedia.wixsite.com/website/single->

post/2018/05/21/Rambut-kamu-gak-lurus-Jangan-harap-bisa-jadi-iklan-sampo

Detik.com (2020) “Kecantikan Sejati Wanita Indonesia” dari <https://health.detik.com/kejiwaan/d-403857/kecantikan-sejati-wanita-indonesia->

Dream.co.id (2020) “Survei: 84 Persen Wanita Indonesia Tak Merasa Cantik” 2020 dari <https://www.dream.co.id/lifestyle/survei-84-persen-wanita-indonesia-tak-merasa-cantik-1809254.html>

Effendy, Onong Uchjana, 1986. *Dimensi Dimensi Komunikasi*. Bandung : Alumni

Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Ella dan Yepa, 2004. *Cantik Itu Relatif*. Pikiran Rakyat Berita : PDM Kabupaten Lampung Selatan.

Fimela (2020) “Stop Percayai 5 Mitos Perempuan Gemuk Ini” dari <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4082545/fimela-fest-2019-setop-percayai-5-mitos-perempuan-gemuk-ini>

Fitryarini, Inda. 2010. *Semiotika Komunikasi: Membedah Stereotype*. Yogyakarta: Bimotry

Grogan, S. 1999. *Body Image : Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. London & New York : Routledge.

Hall, Stuart. 1997. “Representation” dalam *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Stuart Hall (Ed). London:

Hurlock, E.B. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

- IMDB (2020) “Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan” dari <https://imdb.com>
- J. Supranto M. A. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi* Jilid 1, Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta.
- Kerentrens (2020) “Perumpamaan Jawa Dalam Mengungkapkan Fisik Seseorang” dari <https://kerentrend.blogspot.com>
- Khulsum, U. 2014. “Perspektif Cantik Perempuan Korea dalam Film *Minyeoneun Geurowo*”. Jurnal Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Lifestyle (2020) “ Ernest Prakasasi Pencetak Film Box Office Indonesia” dari <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190621/254/936230/ernest-prakasa-si-pencetak-5-film-box-office-indonesia>
- Magdalene (2020) “Imperfect Ingin Sebarkan Citra Tubuh Positif” dari <https://magdalene.co/story/imperfect-ingin-sebarkan-citra-tubuh-positif>
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT Grasindo
Perempuan dalam Iklan. Yogyakarta. Bimotry.
- Pradewo, Bintang. (2018). “4 Penyebab Body Shaming. Hukum & Kriminal”, dari www.jawapos.com
- Saiful Mujiani Research (2020) “67 Persen Anak Muda Indonesia Menonton Film Nasional dan Hanya 55 Persen Menonton Film Asing”, dari <https://saifulmujani.com/67-persen-anak-muda-indonesia-menonton-film-nasional-dan-hanya-55-persen-menonton-film-asing/>

- Sakinah, “*Ini Bukan Lelucon*”: *Body Shaming, Citra Tubuh, Dampak dan Cara Mengatasinya* Jurnal Emik, Volume 1 Nomor 1, Desember 2018
- Samsara News (2020) “Memikirkan Ulang Standar Kecantikan di Indonesia” dari <https://samsaranews.com/2018/10/31/memikirkan-ulang-standar-kecantikan-perempuan-indonesia/>
- Siahaan, Michaela Rouli Margareta. Nursari, Faradillah. “Rancangan Produk Urban Activewear untuk perempuan bertubuh besar”. Jurnal ATRAT Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom Bandung Nomor 03 Tahun 2017.
- Situmorang, Tri Fena Febri; Wahyuni, Sri; Elsera, Marisa. “Pergeseran Makna Situmorang, Tri Fena Febri; Wahyuni, Sri; Elsera, Marisa. *Pergeseran Makna Kecantikan dalam Budaya Melayu*. Jurnal Masyarakat Maritim Vol 3 No 1, 2019
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2013. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sri Wahyuningsih, “Kearifan Budaya Lokal Madura Sebagai Media Persuasif (Analisi Semiotika Komunikasi Roland Barthes dalam Iklan Samsung Galaxy versi Gading dan Gisel di Pulau Madura”, Vol.1 No.2, Des 2014
- Suryati, Yenni. 2007. “Hubungan antara Merebonding Rambut dengan Kepercayaan Diri Siswa SMK PGRI 6 Malang.” Skripsi Psikologi Universitas Islam Negeri Malang: Malang.
- Susetyo, Budi. 2010. *Stereotip dan Relasi Antar Kleompok*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Tilaar, Martha. 1999. *Kecantikan Perempuan Timur*, Magelang: IndonesiaTera.
- Tirto.id (2020) “Jamu Khusus Wanita tak Sekedar Demi Disayang Pria dari

<https://tirto.id/jamu-khusus-wanita-tak-sekadar-demi-disayang-pria-cnmt>

Wahyu, E. 2005. *Tanggapan atas Mitos Kecantikan : Semua Wanita Bisa Cantik*.

West, Ricard and Turner, Lynn H. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.

Wibowo, Evyono Adi. 2015. “Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita (Analisis Semiotika Representasi Perempuan dalam Film Wanita Tetap Wanita)”. Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta.

Wibowo, Fred. 2006. *Tenik Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher. Hal:196

Widyastuti, Rina. *Membaca Rambut Perempuan di Media Massa*, Jurnal Komunikasi UII Vol. 2 No. 2. Tahun 2008

Wikipedia (2020) “Sinetron Culunnya Pacarku” dari https://id.wikipedia.org/wiki/Culunnya_Pacarku

Wikipedia (2020) “Biodata Ernest Prakasa” dari https://id.wikipedia.org/wiki/Ernest_Prakasa

Wikipedia (2020) “Legenda Jaka Tarub” dari https://id.wikipedia.org/wiki/Legenda_Jaka_TarubBidadari

Wikipedia (2020) “Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan dari https://id.wikipedia.org/wiki/Imperfect:_Karier,_Cinta_%26_Timbangan

Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, Terjemahan Alia Swastika. 2004. Yogyakarta: Penerbit Niagara.