

**WACANA KECANTIKAN DALAM *REALITY SHOW*  
INDONESIA'S NEXT TOP MODEL**

**(Analisis Wacana Sara Mills)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Penyiaran



**DIAN EDENIA SABILLA**

**07031381924126**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**


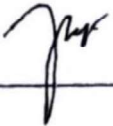
**"ANALISIS WACANA KECANTIKAN DALAM *REALITY SHOW*  
INDONESIA'S NEXT TOP MODEL  
(ANALISIS WACANA SARA MILLS)"**

**SKRIPSI**


**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**DIAN EDENIA SABILLA  
07031381924126**

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. Oemar Madri Bafadhal S.I.Kom., M Si NIP. 199208222018031001	 _____	21-07 _____
Pembimbing II		
2. Eko Pebryan Jaya S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 198902202022031006	 _____	24-07 _____

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

  
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**"Wacana Kecantikan dalam *Reality Show* Indonesia's Next Top Model  
(Analisis Wacana Sara Mills)"**

**Skripsi**

Oleh :

**Dian Edenia Sabilla**  
07031381924126

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 31 Juli 2023  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

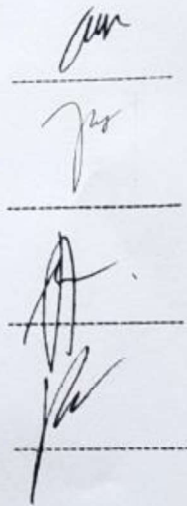
**KOMISI PENGUJI**

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 199208222018031001  
**Ketua Penguji**

Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198902202022031006  
**Sekretaris Penguji**

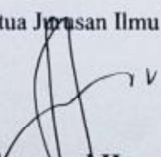
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001  
**Penguji**

Ryan Adam, M.I.Kom  
NIP. 198709072022031003  
**Penguji**



Mengetahui,

**Dekan FISIP UNSRI,**  
  
**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**  
  
**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Edenia Sabilla  
NIM : 07031381924126  
Tempat dan Tanggal Lahir : Lahat, 14 MEI 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : ANALISIS WACANA KECANTIKAN DALAM  
*REALITY SHOW* INDONESIA'S NEXT TOP MODEL  
(ANALISIS WACANA SARA MILLS)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Yang membuat pernyataan,



Dian Edenia Sabilla  
NIM. 07031381924126

**LEMBAR PERSEMBAHAN**  
**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**MOTTO:**

*“Be happy for what you have, while working for what you want”.*

*(Hellen Keller)*

**PERSEMBAHAN:**

Kepada orang tua, kakak, keponakan, keluarga serta teman-teman peneliti yang senantiasa menjadi dorongan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk Ibu, terima kasih sudah percaya dengan mimpi-mimpi peneliti.

Kepada Almamater Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menempuh pendidikan dan menyelesaikan S1 ini.

Serta, kepada diri sendiri yang sudah berjuang dan terus bersabar untuk berada di posisi ini.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana standar kecantikan dan kecantikan di ceritakan dalam *reality show* Indonesia's next top model dari posisi subjek, objek dan pembaca melalui analisis wacana sara mills. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana sara mills dan teori mitos kecantikan yang dikemukakan oleh Naomi Wolf. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, studi dokumentasi dan wawancara singkat dengan informan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan dalam *reality show* Indonesia's next top model digambarkan sebagai standar kecantikan yang universal dan objektif yang dikaji dengan menggunakan mitos kecantikan Naomi Wolf. Sementara itu, kecantikan dalam *reality show* Indonesia's next top model digambarkan sebagai kecantikan yang merepresentasikan perempuan kelas atas yang memiliki standar sendiri di dalamnya.

**Kata Kunci :** Analisi Wacana, *Reality show*, Standar Kecantikan, Model.

**Pembimbing I**



Oemar Madri Bafadhial S.I.Kom., M.Si

NIP. 199208222018031001

**Pembimbing II**




Eko Febryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 198902202022031006

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine to find out how beauty standart and the meaning of beauty are explained in the reality show of Indonesia's Next Top Model from the position of subject, object and the readers with a discourse analysis by Sara Mills. This study used qualitative research methods discourse analysis by Sara Mills and the theory beauty myth by Naomi Wolf. Data collection methods use observation techniques, documentation studies and short term interviews with selected informants. The conclusion of the study suggests that beauty standart in reality show of Indonesia's Next Top Model are explained how universal and objective the standar of beauty is with theory beauty myth by Naomi Wolf. Meanwhile, the beauty in reality show of Indonesia's Next Top Model is represent upper-class beauty who had their own standart in it.*

**Keyword : Discourse Analysis, Reality show, Beauty Standart, Models.**

**Advisor I**



**Oemar Madri Bafadhal S.I.Kom., M.Si**

**NIP. 199208222018031001**

**Advisor II**



**Eko Febryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198902202022031006**

***Head Of Communication Science Department***

***Faculty of Social and Political Sciences***

***Sriwijaya University***



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atasberkat dan rahmat-Nyalah peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul WACANA KECANTIKAN DALAM *REALITY SHOW* INDONESIA'S NEXT TOP MODEL. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai pemenuhan salah satu syarat dari rangkaian proses panjang yang telah ditempuh oleh penulis untuk meraih gelar sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Hadirnya skripsi ini tak terlepas dari bantuan, dukungan, dorongan, serta keikutsertaan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti atas nama pribadi mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang begitu besar kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya yang telah berjasa memfasilitasi kampus sehingga peneliti dan mahasiswa lain dapat berkuliah,
2. Bapak Prof. Alfitri, M.Si., dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang sangat berperan dalam penerapan pendidikan di tingkat fakultas,
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si., ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas pengetahuan sekaligus berbagai macam pengalaman yang telah diberikan,
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom, M.Si selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, pembimbing akademik serta pembimbing I skripsi peneliti yang menginspirasi mahasiswa Ilmu Komunikasi sekaligus membimbing peneliti dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini,
5. Bapak Eko Febryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II skripsi peneliti yang senantiasa menginspirasi mahasiswa Ilmu Komunikasi pada umumnya sekaligus membimbing peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini,
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas ilmu dan waktunya,



7. Mbak Sertin, selaku admin jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah begitu sabar dan tak pernah berhenti dalam menghadirkan informasi-informasi penting bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi,
8. Seluruh staff dan karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Palembang, terima kasih atas jasa-jasanya,
9. Teruntuk kedua Orang tua, Kakak dan Keponakan yang peneliti cintai, terima kasih atas segalanya. Untuk Ibu, terima kasih sudah percaya dengan mimpi-mimpi peneliti, terima kasih sudah memberikan hal terbaik yang peneliti bisa dapatkan, terima kasih karena terus berusaha membuat peneliti merasakan kebahagiaan setiap harinya. Semoga peneliti dapat terus tumbuh berkembang serta menghadirkan kebanggaan bagi keluarga,
10. Keluarga besar yang turut andil memberikan dukungan lewat doa dan semangat kepada peneliti sejak awal hingga saat ini,
11. Teman-teman peneliti yang tidak dapat disebutkan namanya secara personal, terima kasih telah menjadi teman-teman yang dapat saling menguatkan, menghibur dan menemani peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini,
12. EXO, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan peneliti menyelesaikan skripsi dan hal-hal tidak menyenangkan yang peneliti hadapi selama 4 tahun. Terima kasih sudah hadir sebagai seorang idola yang membuat peneliti merasa ada harapan baru setiap harinya, semoga kita segera bertemu.

Peneliti percaya dan meyakini bahwa kebaikan kalian semua akan terus diingat oleh yang maha kuasa. Terima kasih semuanya.

Palembang, 2023

Dian Edenia Sabilla

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	IV
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	V
ABSTRAK .....	VI
<i>ABSTRACT</i> .....	VII
KATA PENGANTAR .....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR .....	XIII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Analisis Wacana .....	10
2.1.2 Analisis Wacana Sara Mills.....	11
2.1.3 Kecantikan .....	13
2.1.4 Televisi.....	14
2.1.5 <i>Reality show</i> .....	15
2.1.6 Model (peragawati).....	16
2.2 Kerangka Teoritis .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran dan Alur Pikir .....	18
2.4 Penelitian Terdahulu .....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Definisi Konsep.....	24

3.2.1	Kecantikan .....	24
3.2.2	<i>Reality show</i> .....	25
3.3	Fokus Penelitian .....	25
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	26
3.4.1	Jenis Data .....	26
3.4.2	Sumber Data .....	26
3.5	Informan Penelitian .....	27
3.5.1	Kriteria Informan .....	27
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6.1	Observasi .....	27
3.6.2	Dokumentasi .....	28
3.6.3	Wawancara.....	28
3.6.4	Studi Pustaka.....	28
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	28
3.8	Teknik Analisis Data .....	29
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN .....		30
4.1	Profil Indonesia’s Next Top Model.....	30
4.2	Profil Peserta Indonesia Next Top Model .....	31
4.3	Profil Juri Indonesia’s Next Top Model.....	33
4.4	Profil Informan .....	34
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
5.1	Posisi Subjek .....	37
5.1.1	Penjelasan Gambar .....	49
5.1.2	Penjelasan Posisi Subjek.....	57
5.2	Posisi Objek.....	60
5.2.1	Penjelasan Gambar .....	75
5.2.2	Penjelasan Posisi Objek.....	81
5.3	Posisi Pembaca (Penonton) .....	82
5.4	Hasil Wawancara <i>Reality show</i> Indonesia’s Next Top Model.....	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		85
6.1	Kesimpulan.....	85
6.1.1	Subjek, Objek dan Pembaca .....	85
6.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....		87
LAMPIRAN .....		90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....	25
Tabel 4.2 Daftar Peserta Indonesia's Next Top Model Cycle 3 .....	32
Tabel 4.3 Daftar Juri Indonesia's Next Top Model Cycle 3 .....	33
Tabel 5.1 Kerangka Temuan Data Posisi Subjek pada <i>Reality show</i> Indonesia's Next Top Model .....	37
Tabel 5.2 Kerangka Temuan Data Posisi Objek pada <i>Reality show</i> Indonesia's Next Top Model .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Logo Indonesia's Next Top Model .....	30
Gambar 4.1.2 Media Sosial Indonesia's Next Top Model .....	31

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kecantikan dan perempuan adalah dua aspek yang tidak terpisah dan berkolerasi dalam membentuk sebuah konstruksi sesuai peranannya di masyarakat. Menurut Kasiyan (2008) perempuan dikatakan cantik tidak hanya berdasarkan kecantikan pada wajahnya, tetapi juga identik dengan warna kulit putih, mulus dan kencang, memiliki bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan tertentu seperti dada, pinggang dan bibir yang sensual. Ahli komunikasi massa Mulyono mengatakan bahwa seorang wanita paling cantik dalam banyak budaya adalah yang wajahnya paling menarik dan seksi, namun dalam budaya lain ada yang rambutnya keriting, pucat wajahnya, paling hitam kulitnya. Salah satu ciri kecantikan modern adalah tubuh yang ramping. Pendapat yang berbeda dikatakan oleh Plato bahwa kecantikan tidak pernah menempel pada sesuatu yang berdaging, begitupun menurut Naomi Wolf bahwa kecantikan merupakan mitos yang lahir dari sebuah idealisasi yang melayani tujuan atau kepentingan tertentu.

Konstruksi kecantikan mengalami sebuah transformasi sesuai dengan zamannya, ini menegaskan bahwa kecantikan adalah semu. Zaman dulu kebanyakan perempuan cantik digambarkan dengan rambut ikal berwarna hitam dan murah senyum, berbeda dengan kecantikan sekarang yang memiliki banyak standar misalnya struktur wajah cantik, tubuh ramping dan tidak memiliki bekas-bekas di tubuhnya. Perempuan Indonesia sudah cukup lama terjerembap dalam stigma standar kecantikan yang sebagian besar menilai bahwa cantik ditampilkan sebagai sosok yang tinggi, putih, langsing dan mendekati sempurna. Stereotip yang sudah tidak asing di dengar bahkan dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi sosial yang menjajah tubuh perempuan karena sebuah standar kecantikan yang konservatif. Standar kecantikan yang ada akan dikonstruksikan setiap saat mengikuti kemauan masyarakat pada selang waktu tertentu.

Standar kecantikan merupakan sebuah konstruksi, di mana yang berubah dari waktu ke waktu adalah bentuk reaksi sosial, ekonomi, dan politik. Konstruksi standar kecantikan yang berkembang di masyarakat memunculkan pemaknaan lebih dari berbagai hal yang menjadi poin dari setiap standar kecantikan tersebut. Perempuan terpacu dengan kebutuhan untuk memenuhi gambaran tertentu tentang kecantikan. Germaine Geer (1999) mengatakan kecantikan yang ideal sering kali memberi tekanan pada perempuan, kemudian menimbulkan obsesi untuk mencapai gambaran ideal tentang menjadi cantik. Standar-standar kecantikan yang tercipta dalam masyarakat merupakan penguatan dari media salah satunya media massa televisi.

Kecantikan yang ditampilkan media kebanyakan menampilkan fisik perempuan secara ideal dengan kulit putih bersih, tubuh langsing, wajah yang tidak memiliki noda, memiliki rambut hitam panjang. Dengan adanya standar kecantikan yang secara umum diterima oleh masyarakat maka perempuan berusaha memenuhinya dengan berbagai cara. Media massa, salah satunya televisi memiliki pesan bersifat persuasif yang mampu memberikan informasi mengenai kecantikan itu. Perkembangan kecantikan ini tidak terlepas dari penyebaran informasi kecantikan melalui media massa televisi. Kontes kecantikan merupakan bentuk penyebaran informasi kecantikan melalui media televisi. Kecantikan yang dikontestasikan cenderung menampilkan bentuk kecantikan yang lebih beragam baik dalam warna kulit hingga bentuk tubuh.

Kecantikan yang terus ditampilkan pada media seperti televisi akan mendorong terjadinya pembentukan standarisasi terhadap kecantikan. Standarisasi kecantikan yang terjadi juga berdampak pada pola pikir masyarakat yang menilai kecantikan akan selalu sama seperti yang ditampilkan media. Menurut Simone (2016) standarisasi kecantikan yang terjadi pada media kenyataannya menimbulkan rasa ketidakpuasan dan narsisme yang merupakan sikap dasar perempuan. Perempuan rela melakukan apapun agar tidak terpojokkan karena tidak sesuai dengan standar kecantikan

yang sering ditampilkan media televisi. Levine & Harrison (2004) menyebutkan bahwa media dapat membentuk gambaran standar kecantikan dan seksualitas yang terlihat sempurna tetapi sebenarnya tidak mungkin tercapai. Masyarakat yang melihat tayangan kecantikan akan menanamkan pada dirinya bahwa cantik adalah seperti yang digambarkan media. Standar kecantikan yang ada saat ini mengakibatkan banyak perempuan melakukan operasi plastik untuk mengikuti tren kecantikan ideal yang ada di televisi. Terjadi banyak kasus perundungan (*bully*) terhadap perempuan-perempuan yang tidak memenuhi standar kecantikan. Perempuan selalu menderita ketika ingin menjadi cantik, karena semakin kuat posisi ideal perempuan sebenarnya semakin berat upaya yang dilakukan perempuan untuk membangun kecantikan itu.

Salah satu yang mengkontestasikan kecantikan adalah program acara realitas Indonesia's Next Top Model (NET TV). Indonesia's Next Top Model merupakan program televisi yang didasarkan pada lisensi America's Next Top Model, peserta bersaing menunjukkan bakat dan kemampuannya untuk mendapat gelar Indonesia's Next Top Model dan berkesempatan memulai karir di dunia modeling. Ajang ini bertujuan untuk mengajak para perempuan Indonesia mengeksplorasi kemampuan mereka sebagai model serta membuka jalan bagi mereka yang ingin menjadi model profesional. Model bisa dikatakan sebagai seorang yang bertujuan untuk menampilkan dan mempromosikan pakaian mode atau produk lainnya untuk tujuan iklan, promosi atau karya seni. Kontestan Indonesia's Next Top Model juga tidak terlepas dari sebuah standar kecantikan, dimana mitos-mitos dan standar kecantikan semakin menjerumuskan kaum perempuan dalam jurang pemujaan terhadap kecantikan.

*Reality show* semacam ini pada umumnya akan turut ambil bagian dalam pembentukan konstruksi suatu kelas sosial dan perilaku-perilaku yang dianggap menyimpang. Menurut Hesmondalgh (2008) acara realitas dalam televisi ikut andil dalam pembentukan perilaku-perilaku yang dianggap menyimpang, hasilnya terjadi suatu ketimpangan sosial antar kelas dan



perilaku atau kondisi alternatif yang tidak sesuai dengan kaidah yang diakui secara umum, akan disalahkan lewat tayangan-tayangan televisi. Indonesia's Next Top Model menampilkan narasi-narasi yang mendukung objektifikasi terhadap perempuan dan dirayakan dalam tayangan kontes berbasis kecantikan. Wright (2017) mengatakan bahwa sebuah kontes yang berbasis kecantikan memungkinkan penonton mengalami fantasi seksual, dimana perempuan melihat dari balik bahunya yang biasanya dikaitkan dengan bersandar pada *male gaze*.

Tidak dipungkiri perempuan masih menjadi senjata aktif untuk mendulang rating di acara televisi Indonesia. Kontes kecantikan Puteri Indonesia dan Miss Indonesia sudah lebih dulu menampilkan kecantikan perempuan dalam acara realitasnya. Puteri Indonesia menggunakan parameter 3B sebagai penilaiannya, yaitu *Brain, Beauty, dan Behavior*. Sedangkan Miss Indonesia melakukan penilaian melalui akronim *MISS*, yaitu *Manner, Impressive, Smart, dan Social*. Penilaian ini yang membedakannya dengan Indonesia's Next Top Model, penilain yang dilakukan Indonesia's Next Top Model ditentukan oleh nilai foto, video, dan *catwalk* para model itu sendiri. Indonesia's Next Top Model menampilkan narasi-narasi yang mendukung objektifikasi terhadap perempuan dan dirayakan dalam tayangan kontes berbasis kecantikan. Kecantikan yang ditampilkan oleh para model (peragawati) dalam Indonesia's Next Top Model disorot dan dikontestasikan sebagai *display* untuk memamerkan busana, perhiasan, produk kecantikan, ataupun produk sponsor lainnya.

Media menciptakan sebuah struktur yang mempengaruhi kehidupan sosial melalui kontestasi kecantikan. Hal ini akhirnya melahirkan sebuah pemikiran baru bahwa para model menjadi cantik dengan produk-produk yang hanya bisa dipakai oleh mereka kaum menengah atas. Kecantikan yang dibuat akhirnya menjadi promosi norma-norma keindahan. Lewat tayangan Indonesia's Next Top Model bisa dilihat sebuah konstruksi kecantikan kaum menengah atas, Indonesia's Next Top Model fokus pada kecantikan para model yang sebenarnya tidak sejalan dengan kecantikan perempuan dalam

kehidupan sosial. Seperti yang dikatakan bahwa standar kecantikan merupakan konstruksi sosial yang semakin diperkuat dengan adanya media. Media membuat seolah standar kecantikan adalah hal yang lumrah dan dianggap benar oleh masyarakat. Acara realitas kemudian berperan sebagai pendorong persepsi umum tidak hanya adanya perbedaan kelas sosial namun lebih jauh ada strata di mana kelas menengah (dan kelas-kelas di atasnya) dianggap lebih baik.

Standar kecantikan kaum menengah atas yang akhirnya menimbulkan sebuah persepsi baru tentang kecantikan. Jika dikaitkan dengan para model, standar kecantikan yang dibuat oleh media merepresentasikan kecantikan dari model itu sendiri. Model-model (peserta) yang dikontestasikan memiliki kecantikan yang berbeda, mulai dari warna kulit, struktur wajah, tinggi badan yang tidak sama, serta rambut yang berbeda. Indonesia's Next Top Model berusaha untuk mengubah cara pandang masyarakat terhadap standar kecantikan yang ada. Kecantikan-kecantikan semacam inilah yang ingin dibangun dalam acara Indonesia's Bukan berarti kecantikan-kecantikan semacam itu akan menghapus sebuah standar kecantikan itu sendiri, justru membuat standar baru tentang kecantikan.

Konstruksi kecantikan yang dibangun media semakin bertambah dengan adanya acara Indonesia's Next Top Model yang menampilkan kecantikan kaum menengah atas. Kaum menengah atas merupakan kelompok masyarakat yang memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kelompok tertentu. Apakah kemudian konstruksi kecantikan yang dibangun dan diperkuat media merupakan hal yang harus diubah?

Kecantikan yang ditampilkan sendiri merupakan sebuah konstruksi palsu yang harus dibongkar dan ditelusuri dari mana datangnya kecantikan itu. Tanpa disadari, perempuan telah menjadi korban dari konstruksi cantik yang dibangun oleh media. Konstruksi kecantikan palsu ini berdampak pada cara masyarakat menilai sebuah kecantikan yang dianggap ideal, mengubah pola pemikiran perempuan tentang cantik itu sendiri. Standarisasi kecantikan

yang semakin berkembang tidak lepas dari representasi cantik di media lebih banyak dipengaruhi oleh kecantikan ideal yang diperparah oleh industri kecantikan yang mendoktrin hal yang sama.

Konstruksi kecantikan yang dibangun media akhirnya menimbulkan banyak dampak terhadap masyarakat khususnya perempuan. *Insecurity* terjadi akibat standarisasi kecantikan, banyak perempuan yang membenci dirinya sendiri karena tidak sesuai dengan standarisasi di masyarakat. Kasus perundungan (*bullying*) semakin marak terjadi hingga mengakibatkan korban bunuh diri. Banyak perempuan melakukan operasi plastik, diet ekstrim, suntik pemutih dan hal lain yang dapat membahayakan diri sendiri bahkan gangguan mental seperti *eating disorder* juga merupakan dampak dari standarisasi kecantikan yang harus dibongkar dari mana asalnya.

Indonesia's Next Top Model dalam acaranya juga turut andil dalam pembentukan konstruksi serta standarisasi kecantikan. Dalam sudut pandang teori mitos kecantikan Naomi Wolf, ia menilai ada sebuah usaha dari industri kecantikan yang menjadi induk semang dari sistem patriarki untuk mengontrol kebebasan perempuan. Alih-alih menindas secara langsung, patriarki dalam industri kecantikan menyerang perempuan dengan mitos kecantikan. Naomi Wolf juga menyebut bahwa mitos kecantikan lahir dari idealisasi yang melayani tujuan atau kepentingan tertentu. Industri kecantikan menciptakan mitos tentang kecantikan yang dipelihara dan dipromosikan secara besar oleh media massa. Sejalan dengan pendapat Wolf, bahwa mitos kecantikan dikonstruksi melalui berbagai terpaan diskursif media iklan, buku, film, dan lain sebagainya yang kemudian dinikmati dalam figure perempuan.

Sejalan dengan teori mitos kecantikan Naomi Wolf, Sara Mills yang memberikan pusat perhatian penelitiannya terhadap wanita melihat bagaimana posisi aktor ditampilkan. Dalam melihat bagaimana peranan Indonesia's Next Top Model membentuk sebuah konstruksi maka dipakai analisis wacana Sara Mills untuk menganalisis sebuah teks, video, maupun audio yang terdapat di media massa. Wacana Sara Mills juga akan melihat

apakah tayangan Indonesia's Next Top Model dapat mempengaruhi standarisasi kecantikan terhadap subjek dan objek menurut Mills.

Konstruksi kecantikan dan mitos kecantikan ini juga dijelaskan dalam jurnal penelitian Azkia Rostiani Rahman berjudul "Dekonstruksi Makna Cantik dalam Iklan Produk Kecantikan *Pond's White Beauty* Analisi Kritis" yang membahas mengenai ideologi dalam wacana iklan *Pond's White Beauty* dan makna cantik dalam iklan *Pond's White Beauty*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pemaknaan yang ingin dibangun adalah "cantik itu putih" sekaligus menjadi ideologi yang ingin disebarkan kepada publik (perempuan) sebagai sasaran produk. Selanjutnya dalam jurnal penelitian Rifa Nurafia berjudul "Mitos Kecantikan dan Tubuh Perempuan dalam Film *Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan* (2019)" penelitian tersebut menyimpulkan bahwa ada banyak tokoh dalam film tersebut yang mengkonstruksi mitos kecantikan dan tubuh perempuan lewat karakter ciri fisik dan penilaian penampilan mereka ke orang lain dan stereotip diri masing-masing.

Dari penjelasan di atas, bisa dilihat bahwa perempuan masih terjebak dalam mitos kecantikan serta standar kecantikan yang digambarkan oleh media. Konstruksi kecantikan ini juga mengakibatkan media berusaha menjadi pelopor standar kecantikan yang diyakini oleh masyarakat. Standar kecantikan bukanlah sebuah peraturan yang harus diikuti untuk bisa diterima dalam kehidupan sosial masyarakat, sehingga dalam hal ini penulis memilih judul "**Wacana Kecantikan dalam *Reality show* Indonesia's Next Top Model (Analisis Wacana Sara Mills)**" untuk diteliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan indikasi-indikasi yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana konstruksi kecantikan dalam Indonesia's Next Top Model digambarkan dari posisi subjek dan objek berdasarkan analisis wacana Sara Mils?
2. Bagaimana konstruksi kecantikan digambarkan ditinjau dari posisi penonton Indonesia's Next Top Model?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan masalah penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kecantikan digambarkan dilihat dari posisi subjek dan objek
2. Untuk mengetahui bagaimana kecantikan dalam Indonesia's Next Top Model digambarkan. dari posisi penonton Indonesia's Next Top Model.

### **1.4 Manfaat**

Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat pada para pembaca dan manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai penggambaran mitos kecantikan serta konstruksi standar kecantikan yang dibentuk oleh media televisi dalam *reality show* Indonesia's Next Top Model, serta dampaknya bagi masyarakat.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis, memperoleh ilmu baru dan memahami konsep mitos kecantikan yang diterakan dalam *reality show* Indonesia's Next Top Model, membongkar sebuah konstruksi standar kecantikan.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu mengarahkan pola pikir masyarakat tentang mitos kecantikan dan standar kecantikan yang ditampilkan media televisi dalam *reality show* Indonesia's Next Top Model.
3. Bagi instansi, penelitian memberikan masukan dan pertimbangan dalam memanfaatkan media sebagai sarana informasi serta media hiburan dalam *reality show* Indonesia's Next Top Model.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsitowati, W.H. 2018. Kecantikan Wanita Korea Sebagai Konsep Kecantikan Idela Dalam Iklan New Pond's White Beauty: What or Brand Ambassador Are Saying. *HUMANIKA*, 24(2), 84-97
- Danesi, Marcel. 2012. Pesan, Tanda, dan Makna. Yogyakarta: Lkis.
- Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS
- Farokhah, F.A., & Wardhana, A.P.S. 2019. The Discourse of Beauty Faced by Sales Promotion Girl in The Curse ff Beauty Novel. *Madah*, 10(2), 171-188
- Haryatmoko, 2017. *Critical Discourse Analysis: Analisis Wacana Kritis, Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Hesmondhalgh, David, and Jason Toynbee, eds. 2008. *The Media and Social Theory*. London and New York: Routledge
- Julyanti, 2016. *Wacana Eksploitasi Perempuan Dalam Perspektif Film Ca bau Kan 2002 (Analisis Wacana Kritis Sara Mills)*. Jakarta: Universitas Bunda Mulia
- Kasiyan, 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak
- Lestari, W.T.I., & Suprpto, D. Representasi Feminisme Dalam Film 7 Hari 7 Cinta 7 Wanita. *Journal of Communication Science*, 2(1), 23-37

- Melliana, Anastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh; Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS
- Mills, Sarah. 1997. *Discourse*. London and New York: Routledge
- Rahman, A.R. Dekonstruksi Makna Cantik Dalam Iklan Produk Kecantikan Pond's White Beauty: Analisis Wacana Kritis. *Humanitas: Journal of Language and Literature*, 4(1), 74-85
- Rogers. (2009). *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. Yogyakarta: Relief.
- Saputri, M.I.M., & Pinem, M.L. *Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun Instagram @ugmcantik*. *Journal of Social Development Studies*, 3(1)
- Sari, S.S., Sahi, A.A., Relation, A.C. and Leksono, Y.S., 2021. Pengaruh Event Puteri Indonesia Dan Elvira Devinamira Terhadap Persepsi Masyarakat Atas Wanita Indonesia. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), pp.101-107
- Shuffa, A.Z., 2018. Citra Perempuan dalam Film *To The Bone* Karya Marti Noxon: Kajian Mitos Kecantikan. *Bapala*, 5 (2), p.24
- Sobur Alex, 2015. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tita Delafega, 2018. *Representasi Feminisme Dalam Film "Suffragette" (Analisis Wacana Mills Sara Mills)*. Jakarta: Universitas Bunda Mulia
- Ulpah, S. 2012. Mitos Kecantikan dalam Novel *Biru*, Astral Astria, dan *Paris Pandora* Karya Fira Basuki. *Skripsi*. Jatinagor: Universitas Padjajaran.



- Van dijk, Teun A. 2001. *Critical Discourse Analysis*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana
- Wijaya, H., & Helaluddin. 2019. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wolf, Naomi. 2002. *The Beauty Myth; How Images of Beauty Are Used against Women*. New York: HarperCollins
- Zivanka, J., & Christina. 2001. Membongkar Mitos Kecantikan Perempuan Dan Feminitas Iklan Dove#Rambut Aku Kata Aku. *Precious*