

**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM VIDEO
MUSIK
(Analisis Semiotika Video Yura Yunita - Tuter Batin)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

**DINI OKTA LAMDIA
07031281924090**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM VIDEO MUSIK
(ANALISIS SEMIOTIKA VIDEO YURA YUNITA-TUTUR BATIN)

SKRIPSI

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

Oleh :

DINI OKTA LAMDIA
07031281924090

Pembimbing I

Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA
NIP.199310072019031012



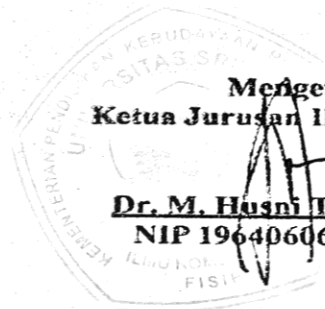
Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 199802112019032011



Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

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



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM VIDEO MUSIK
(Analisis Semiotika Video Yura Yunita-Tutur Batin)

SKRIPSI
Oleh:

DINI OKTA LAMDIA
07031281924090

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 28 Desember 2022
dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Pembimbing:

Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA
NIP. 199310072019031012

Rindang Senja Andarini, M.I.Kom.
NIP. 198802112019032011

Penguji:

Annada Nasvaya, S.IP., M.Si
NIP. 198809062019032016

Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom.
NIP. 1671073105790009

Mengetahui,
a.n. Dekan FISIP UNSRI,
Wakil Dekan Bidang Akademik

H. Azhur, S.H., M. Sc., LLM, LLD
NIP. 196504271989031003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dini Okta Lamdia
NIM : 07031281924090
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 26 Oktober 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Kecantikan Dalam Video Musik (Analisis Semiotika Video Yura Yunita-Tutut Batin)

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, 15 Desember 2022

Ya yataan,



309AKX191560676

Dini Okta Lamdia

NIM. 07031281924090

MOTTO

"Only you can change your life. Nobody else can do it for you"

Orang lain tidak akan memahami struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya . Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

"Becoming a powerful, ambitious woman takes a combination of drive, determination, and a willingness to take risks and push boundaries"

"Be proud of how you've been handling these past months. The silent battles you fought, the moments you had to humble yourself, wiped your own tears and pat yourself on the back. Celebrate your strength"

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak hentinya penulis ucapkan kepada Tuhan yang maha Esa atas segala nikmat dan karunia-Nya, karena berkat rahmat-Nya lah penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Representasi Kecantikan Dalam Video Musik (Analisis Semiotika Video Yura Yunita-Tutur Batin)”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Terima kasih atas segala dukungan serta bimbingannya kepada berbagai pihak yang telah memberikan inspirasi serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya yang telah dengan baik memimpin dan mengkoordinasikan terkait kebijakan di Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Husni Thamrin, M. Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan

selaku dosen pembimbing akademik saya yang selalu memberikan nasihat dan juga membantu dalam setiap proses perkuliahan dari semester awal hingga semester akhir.

5. Bapak Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan waktu berharga, tenaga dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Mbak Rindang Senja Andarini, M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan waktu berharga dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Mbak Vira, selaku administrasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang selalu membantu dalam segala urusan administrasi dan juga setiap saat selalu mengingatkan saya khususnya dalam hal administrasi skripsi.
8. Kedua orang tua saya, ayah Rusdi dan ibu Heni Amprayani yang selalu memberi dukungan, semangat, cinta kasih dan senantiasa melangitkan doa sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat berjalan lancar dari awal hingga akhir.
9. Kakak satu-satunya saya yang jauh disana, aak Heru Madarus orang pertama yang percaya dengan saya disaat saya sendiri sedang kehilangan ketidakpercayaan diri.

10. Pejuang PP + Pribumi, Aping, Lisa, Tina, Syadilak dan Moy yang selalu ada dari semester awal hingga akhir dan selalu mewarnai hari-hari perkuliahan yang berat ini.
11. Teman-teman Ikom C Indralaya yang selalu kebersamai dari hari pertama kuliah hingga detik ini.
12. Dan teruntuk diri sendiri yang sudah berjuang, selalu kuat dan tidak pernah menyerah di waktu-waktu yang kusut, hari-hari yang ribut, bulan-bulan yang gelisah, musim sedih yang lama. Terima kasih bertahannya, terima kasih besar hatinya. Dari sekian banyak alasan untuk menyerah, terima kasih sudah memilih untuk tidak putus asa.

Palembang, September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Secara Teoritis	8
1.4.2 Secara Praktis.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Cantik Dalam Konstruksi Sosial.....	10
2.3 Video Musik	13
2.3.1 Fungsi Video Musik	13
2.3.2 Tipe Video Musik.....	14
2.3.3 Unsur Video Musik	14
2.3.4 Genre Video Musik	15
2.4 Teori Yang Berkaitan Dengan Representasi	16
2.4.1 Semiotika.....	16
2.4.2 Semiotika Roland Barthes	18
2.5 Teori Representasi (<i>Theory of Representation</i>)	22
2.5.1 Definisi Representasi.....	22
2.5.2 Teori Representasi John Fiske	23
2.5.3 Teori Representasi Stuart Hall	24
2.6 Kerangka Teori.....	25
2.7 Kerangka Pemikiran.....	27
2.8 Alur Pemikiran	28
2.9 Penelitian Terdahulu	29

BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Definisi Konsep	37
3.3 Fokus Penelitian.....	38
3.4 Unit Analisis	39
3.5 Data dan Sumber Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	44
GAMBARAN UMUM	44
4.1 Profil Yura Yunita	44
4.2 Perjalanan Karir Yura Yunita	45
4.2.1 The Voice Indonesia (2013).....	45
4.2.2 Yura (2014-2015)	45
4.2.3 Merakit (2016-2018)	47
4.2.4 Tuter Batin (2020-Sekarang).....	47
4.3 Sinopsis Singel Pada Album Tuter Batin	48
4.3.1 Hoolala	48
4.3.2 Duhai Sayang	49
4.3.3 Tenang.....	49
4.3.4 Mulai Langkahmu	49
4.3.5 Tuter Batin.....	49
4.3.6 Dunia Tipu-Tipu	50
4.4 Sinopsis Video Musik Tuter Batin	50
BAB V.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1 <i>Beauty Privilege</i>	53
5.2 <i>Fatphobia</i>	60
5.3 Komodifikasi Tubuh Perempuan.....	64
5.4 <i>Toxic Body Positivity</i>	74
5.5 Kecantikan Normatif.....	81
5.6 <i>Self Acceptance</i> (Penerimaan Diri)	83
5.7 <i>Women Support Women</i>	89

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Video musik Tuter Batin.....	6
Gambar 1.2 Model perempuan dalam video musik Tuter Batin.....	7
Gambar 1.3 Model perempuan dalam video musik Tuter Batin.....	7
Gambar 4.1 Foto keluarga Yura Yunita	44
Gambar 4.2 Yura the voice Indonesia	45
Gambar 4.3 Album Yura	46
Gambar 4.4 Album Merakit	47
Gambar 4.5 Album Tuter Batin.....	48

DAFTAR TABLE

Table 2.1 Model segitiga makna Pierce.....	17
Table 2.2 Peta tanda Roland Barthes	19
Table 2.3 Signifikasi dua tahap Barthes.....	20
Table 2.4 Alur pemikiran	28
Table 2.5 Penelitian terdahulu.....	29
Table 3.1 Fokus penelitian	38
Table 3.2 Konsep kerja semiotika Roland Barthes.....	42
Table 5.1 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 1	56
Table 5.2 Analisis semiotika Rolland Barthes pada <i>scene</i> 2	61
Table 5.3 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 3	66
Table 5.4 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 4	71
Table 5.5 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 5	72
Table 5.6 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 6	73
Table 5.7 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 7	76
Table 5.8 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 8	81
Table 5.9 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 9	85
Table 5.10 Analisis semiotika Roland Barthes pada <i>scene</i> 10.....	89

ABSTRAK

Yura Yunita menciptakan video musik Tuter Batin menggunakan model perempuan dengan penampilan fisik yang jauh dari standar kecantikan untuk mengkampanyekan kepada masyarakat bahwa ketidaksempurnaan harus dirayakan dengan apa adanya. Selain itu, di dalam video musik Tuter Batin memperlihatkan bagaimana perempuan yang jauh dari standar kecantikan akan sulit diterima di lingkungan. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana representasi kecantikan dalam video musik Yura Yunita-Tuter Batin. Penelitian ini termasuk ke dalam metode penelitian kualitatif dengan paradigma kritis dan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dan teori representasi Stuart Hall untuk membongkar makna denotasi, konotasi dan mitos yang berkembang di dalamnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan yang jauh dari standar kecantikan akan mengalami diskriminasi. Kehadiran *beauty privilege* tidak hanya merugikan perempuan yang jauh dari standar kecantikan saja tetapi juga perempuan cantik karena dianggap hanya bermodal kecantikan saja. Di dalam video ini masih mengkomodifikasi tubuh perempuan. Penampilan fisik perempuan ditampilkan dalam bentuk yang beragam dengan menampilkan diri apa adanya namun Yura Yunita justru masih mengkonstruksi kecantikan normatif. Kampanye *body positivity* berujung pada *toxic body positivity* dan *women support women* hanya dilakukan oleh sesama perempuan dengan permasalahan fisik yang sama saja, sisanya masih menampilkan adegan menjatuhkan sesama perempuan.

Kata kunci: representasi, kecantikan, semiotika Rolland Barthes, video musik

Pembimbing I



Anang Dwi Santoso, S. AP., MPA
NIP. 199310072019031012

Pembimbing II



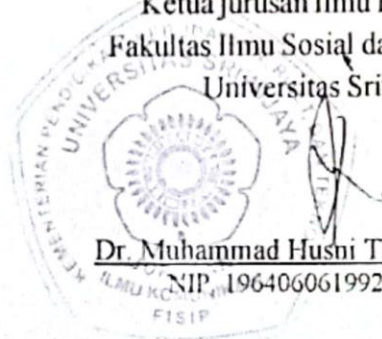
Rindang Senja Andarini, M.I. Kom
NIP. 198802112019032011

Indralaya, Desember 2022

Ketua jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

Yura Yunita created the Tuter Batin music video using a female model with a physical appearance that is far from the beauty standard to campaign for the public that imperfection must be celebrated as it is. In addition, the music video for Tuter Batin shows how women who are far from beauty standard will find it difficult to be accepted in society. Based on the background above, the researcher wants to know how the representation of beauty in the music video of Yura Yunita-Tuter Batin is. This research belongs to a qualitative research method with a critical paradigm and uses Roland Barthes' semiotic analysis and Stuart Hall's representation theory to unravel the meaning of denotations, connotations and myths that develop in it. The results of this study indicate that women who are far from beauty standard will experience discrimination. The presence of beauty privilege is not only detrimental to women who are far from beauty standard but also to beautiful women because they are considered to only have beauty capital. In this video, it still commodifies the female body. Women's physical appearance is shown in various forms by presenting themselves as they are, but Yura Yunita still constructs normative beauty. The body positivity campaign ended in toxic body positivity and women supporting women were only carried out by fellow women with the same physical problems, the rest still showed scenes of dropping fellow women.

Keywords: representation, beauty, semiotic of Rolland Barthes, music video

Pembimbing I



Anang Dwi Santoso, S.AP., MPA
NIP. 199310072019031012

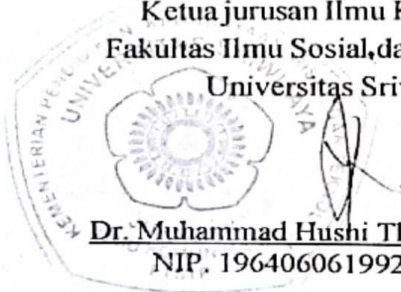
Pembimbing II



Rindang Senja Andarini, M.I. Kom
NIP. 198802112019032011

Indralaya, Desember 2022

Ketua jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika mendengar kata “cantik” maka akan tertuju pada perempuan. Glorifikasi terhadap anggapan bahwa “semua perempuan harus cantik” membuat banyak perempuan yang menganggap bahwa cantik merupakan sesuatu yang bersifat “harus” sehingga berujung pada tekanan mental dan trauma diri. Kecantikan yang dimiliki oleh perempuan membentuk stereotip jika perempuan harus memiliki penampilan yang mempesona (Astuti, 2016). Pada dasarnya definisi “cantik” merupakan konstruksi sosial yang membuat perempuan berfikir bahwa cantik harus memenuhi berbagai standar seperti memiliki kulit putih, wajah mulus tanpa flek hitam dan jerawat, tubuh langsing, hidung mancung dan standar lainnya.

Wolf berpendapat bahwa kecantikan (penampilan tubuh) hampir sama dengan mata uang yang ada di dalam suatu sistem perekonomian. Penampilan seseorang akan sangat mempengaruhi kepuasan diri, jabatan, popularitas, kengan dan lain-lainnya. Menurut Vina Andriany dalam pengantarnya untuk Wolf (2017:ix), pandangan mengenai kecantikan sudah sangat kuat tumbuh dan berkembang dikalangan masyarakat, sehingga kata “cantik” dijadikan satu-satunya tolak ukur untuk mendefinisikan perempuan. Wacana tentang kecantikan dan feminitas perempuan tidak dapat dipisahkan dari konstruksi budaya patriarki yang memungkinkan laki-laki memiliki kuasa penuh dalam mengakui feminitas perempuan. Namun berbeda dengan Wolf yang mendefinisikan kecantikan sebagai suatu hal yang memiliki sifat

sementara dan tidak universal, ini berarti bahwa kecantikan mengambil bentuk yang berbeda dari satu wilayah ke wilayah lainnya, berubah lalu berkembang dan bersifat subjektif atau preferensi kecantikan bervariasi dari orang ke orang (Priyatna, 2018).

Standar kecantikan perempuan dikonstruksi sebagai sebuah persyaratan untuk memiliki penampilan fisik yang dapat membuat orang lain menyukainya ketika melihatnya. Penampilan tampaknya menjadi *the first sight* yang sangat mempengaruhi persepsi orang tentang kecantikan yang dimiliki seorang perempuan. Penampilan akan dianggap sempurna ketika memiliki tubuh yang tinggi, langsing, kulit putih bersih, dan wajah mulus tanpa noda hitam dan jerawat. Para perempuan cantik yang sangat digandrungi suka menghabiskan banyak uang untuk operasi plastik, perawatan tubuh untuk mendapatkan tubuh langsing yang ideal, dan memiliki wajah yang mulus, sehat, dan mulus (Anastasia Meliana S., 2006). Standar kecantikan dapat ditransformasikan sebagai bagian dari kapital ekonomi sehingga perempuan berinvestasi dan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi standar kecantikan agar bisa mendapatkan pekerjaan, promosi, popularitas, dan status sosial (Hunter, 2005:5 dalam Saraswati, 2017:8).

Perkembangan teknologi dan media sosial menjadi penyebab standar kecantikan yang selalu berubah di era sekarang ini. Orang yang mengakses jejaring sosial dapat dengan mudah melakukan berbagai aktivitas, seperti mengunggah foto dan video, serta mengomentari sesuatu (Nasution, Jati, & Setia, 2019). Jejaring sosial digunakan sebagai tempat eksistensi dan realisasi diri, penampilan seseorang akan dinilai dalam bentuk pujian, sindiran bahkan kata-kata kotor, inilah yang dibutuhkan dalam dunia estetika. Pendapat orang menjadi begitu penting sehingga keberadaan dan penerimaan menjadi tujuan untuk memperindah diri. Media juga turut hadir dan

menciptakan standar kecantikan bagi perempuan dengan menggambarkan sosok perempuan dengan kulit putih, rambut lurus, tubuh langsing dan tinggi, serta wajah ayu (Rizkiyah & Apsari, 2020). Meningkatnya penggambaran kecantikan perempuan dan bagaimana perempuan mendapatkan bentuk tubuh dan wajah yang ditampilkan dalam media memperlihatkan bahwa media massa mempengaruhi bentuk dan aturan seseorang dalam berpenampilan (Polivy & Herman, 2004). Standar kecantikan akan berdampak negatif pada perempuan yang merasa tidak bisa meniru standar yang diperlihatkan media, sehingga melahirkan hal-hal yang tidak diinginkan seperti rasa tidak aman, stres bahkan depresi, sehingga perempuan selalu menderita untuk menjadi sosok yang cantik (Wolf, 2004: 7).

Salah satu media yang turut menggambarkan standar kecantikan perempuan adalah video musik. Kehadiran video musik yang dikenakan seorang model seolah memberikan gambaran standar kecantikan melalui model perempuan tersebut dan membentuk konstruksi standar kecantikan. Konstruksi ini menimbulkan persepsi bagi perempuan yang melihatnya dan beranggapan jika standar kecantikan perempuan sama seperti yang ditampilkan dalam video musik. Video musik yang menampilkan model perempuan dengan standar kecantikan digunakan sebagai cara untuk mendapatkan *rating* dan *viewers* yang banyak. Selain membujuk penonton, video musik tersebut juga menyampaikan pesan berupa penggambaran atau representasi kecantikan sang model. Stuart Hall memberikan pengertian representasi sebagai sesuatu yang signifikan bagi orang lain melalui bahasa. Jadi pengertian representasi adalah proses makna yang diproduksi dan dipertukarkan antara budaya yang berbeda dan tanda menggantikan sesuatu yang lain (Basumatary, 2020).

Yunita Rachman atau lebih dikenal dengan Yura Yunita merupakan seorang penyanyi-penulis lagu Indonesia keturunan Sunda yang menciptakan video musik yang berjudul Tuter Batin dengan menampilkan model yang jauh dari standar kecantikan dan menampilkan perempuan yang beragam dengan kekurangan fisik masing-masing. Yura merilis video musik single berjudul "Tuter Batin" pada 7 Maret 2022 sebagai perayaan Hari Perempuan Sedunia. Lagu dengan judul yang sama, TuterBatin menjadi penutup album tersebut. Video musik yang berdurasi 4 menit 46 detik ini berhasil menjadi *trend* di dunia maya dengan jumlah *like* sebanyak 517 ribu dan ditonton sebanyak 15 juta kali dengan 12 ribu komentar positif di kolom komentar yang mewakili perasaan perempuan yang sering merasa *insecurity* akibat adanya standar kecantikan. Video musik Tuter Batin memiliki pesan yang sangat positif yaitu mendobrak standar kecantikan yang seolah-olah diciptakan untuk perempuan dan mematahkan stigma tentang standar kecantikan dan menyiratkan pesan bahwa kecantikan dimulai ketika perempuan mau menerima ketidaksempurnaan yang dimiliki karena kesempurnaan hanya milik Tuhan dengan menampilkan beberapa model perempuan dengan penampilan fisik yang beragam.

Dibalik video musik Tuter Batin yang memiliki pesan sangat positif untuk perempuan sebenarnya memiliki tujuan yang sangat besar di dalamnya. Tidak dipungkiri jika video musik merupakan bagian dari industri sehingga apapun makna dibalik video musik tersebut tujuannya tetap sama yaitu mencari keuntungan. Video musik kini telah menjadi industri yang dikomersialkan dan memiliki pasarnya sendiri. Video musik yang ditampilkan hari ini bukan lagi tentang kebebasan berekspresi, tetapi tentang melihat pasar sebagai peluang keuntungan. Standar kecantikan adalah isu yang sangat dekat dengan perempuan saat ini. Hampir seluruh perempuan sedang berjuang

dengan standar kecantikan yang dianggap tidak adil apalagi saat ini media turut memvisualisasikan bagaimana kecantikan perempuan digambarkan sehingga perempuan yang jauh dari standar kecantikan merasa diminoritaskan.

Yura Yunita memanfaatkan isu standar kecantikan ini melalui video musik Tuter Batin dengan target pasar nya yaitu perempuan-perempuan yang sedang berjuang dengan *insecurity* nya, karena isu standar kecantikan sedang marak sehingga dijadikan sebagai peluang yang besar agar banyak perempuan yang merasa terwakilkan melalui karyanya dan Yura mendapatkan keuntungan melalui *rating* dan *viewers*. Lagi-lagi tubuh perempuan dijadikan sebagai alat komoditas oleh kapitalis, tidak hanya tubuh dan kecantikan perempuan saja namun kekurangan dan ketidakberdayaan perempuan pun dijadikan komoditas (Wolf, 2004). Selain mencari keuntungan yang besar dengan memanfaatkan isu standar kecantikan, penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah dibalik video musik Tuter Batin yang berusaha menampilkan kecantikan dalam bentuk yang beragam masih mengkonstruksi kecantikan tunggal dan masih mengkomodifikasi tubuh perempuan.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM VIDEO MUSIK (Analisis Semiotika Video Yura Yunita-Tuter Batin)**”. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dan analisis semiotika Roland Barthes untuk melihat bagaimana representasi kecantikan dan mengurai tanda-tanda dengan makna denotasi, konotasi dan mitos di dalam video musik Tuter Batin. Terdapat tiga alasan dalam pemilihan judul penelitian ini. Ketiga alasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Video musik Tuter Batin berhasil trending di *youtube*

Video musik Yura Yunita – Tuter Batin berhasil menggemparkan publik saat peluncurannya pada tanggal 7 Maret 2022 satu hari sebelum Hari Perempuan Sedunia. Dalam akun *youtube* Yura Yunita, hingga saat ini video musik Tuter Batin sudah ditonton sebanyak 15 juta kali dengan jumlah like sebanyak 517 ribu dan 12 ribu komentar didalamnya.



Gambar 1.1 Video musik Tuter Batin (Sumber :Youtube)

2. Penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah video musik Tuter Batin yang kaya akan pesan positif memang memberdayakan perempuan atau justru masih memanfaatkan ketidakberdayaan perempuan. Isu standar kecantikan menjadi persoalan yang sangat dekat dengan perempuan, Yura memanfaatkan isu ini

dengan mengkampanyekan cantik dalam bentuk yang beragam melalui video musik Tuter Batin untuk mencari keuntungan. Penulis juga ingin meneliti lebih lanjut apakah di dalam video musik tersebut masih terdapat unsur menjatuhkan sesama perempuan.



Gambar 1.2 : Model perempuan dalam video musik Tuter Batin (Sumber: youtube)

3. Penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut apakah video musik Tuter Batin yang membawa suatu penggambaran kecantikan yang beragam masih mengkonstruksi kecantikan normatif.



Gambar 1.3 : Model perempuan dalam video musik Tuter Batin (Sumber: youtube)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana representasi kecantikan melalui video musik Yura Yunita - Tuter Batin ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana representasi kecantikan dalam video musik Tuter Batin.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah peneliti uraikan di atas, maka manfaat dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan pada umumnya dan disiplin ilmu komunikasi khususnya komunikasi gender.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan yang baru bagi pembaca dan memberikan referensi untuk pengembangan penelitian, terutama penelitian yang berkaitan dengan representasi kecantikan dan semiotika.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan yang baru mengenai teori-teori dalam komunikasi. Penulis juga diharapkan mampu menerapkan teori di dalam penelitian ini ke dalam dunia pekerjaan.

1.4.2 Secara Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang berguna bagi pembaca yang sedang melakukan pengembangan penelitian yang berkaitan dengan tema representasi kecantikan dalam sebuah video musik.
2. Bagi Masyarakat agar tidak menilai kecantikan seseorang hanya dari fisiknya saja, akan tetapi juga dari dalam diri perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyi Syafikarani, E. F. (t.thn.). Persepsi Perempuan Terhadap Kecantikan dalam. *Reka Makna: Jurnal Komunikasi Visual ©DKV Itenas / No.x / Vol. xx.*
- Anugrah, A. (2015). Mitos Kecantikan Dalam Cerpen Barbitch Dan Lipstik Merah Tua Karya Sagita Suryoputri. *Jurnal Humanika No. 15, Vol. 3.*
- Arif, Budi P. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Aulia, A. S., & t, s. r. (2022). Menepis Norma Standar Kecantikan Klasik dalam Iklan Adidas Edisi Find Your Right Fit. *orobudur Communication Review, Vol. 2, No.1.*
- Azkha. (2021, Oktober 31). <https://www.anaksenja.com/>. Diambil kembali dari <https://www.anaksenja.com/2021/10/makna-sebenarnya-di-balik-lirik-lagu-yura-yunita-tenang.html>
- Barthes, Roland. (2012). *Elemen-Elemen Semiotika. Terjemahan M. Ardiansyah*. Jogjakarta: IRCiSoD.
- Barthes,Roland. 2007. Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Reprsentasi. Yogyakarta: Jalasutra
- Budi Setia Pribadi, D. F. (2019). Analisis Semiotika Pada Puisi “Barangkali Karena Bulan” Karya WS. Rendra. *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasadan Sastra Indonesia)*.
- Budiman, Kris. 2003. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik
- Bungin, Burhan. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Christina, N. R. (2021). Mitos kecantikan perempuan ekstra melalui iklan nivea “extracare for. *Jurnal Kajian Media Vol. 5 No. 1, 12-38.*
- Dadan, Rusmana. 2005. *Tokoh dan Pemikiran Semiotika*. Jakarta: Tazkiya Press.
- Danesi, Marcel. (2012). *Pesan, tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eco, Umberto. 2011. *Teori Semiotika (signifikansi komunikasi, teori kode, serta teori produksi-tanda)*. Bantul : Penerbit Kreasi Wacana.

- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evita, J. M. (2020). Pemaknaan Campaign #BeAdored Melalui Konten Instagram dan. *Jurnal Komunikasi , Masyarakat dan Keamanan Vol. 2 No. 2*.
- Farihah, I. (2013). Seksisme Perempuan dalam Budaya Pop Media Indonesia. *Jurnal Palastren Vol. 6 No. 1 Tahun 2013*.
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Huda, C. R. (2020). Representasi Supremasi Kulit Putih Bagi Perempuan. *Journal of Multidisciplinary Studies Vol. 4 No. 1, 55-80*.
- Ida, Rachma. (2016). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Bandung: Kencana Prenada Media Group.
- Isnaini, H. (2017). Analisis Semiotika Pada Puisi "Sajak Tuan" Karya Sapardi Djoko Damono. *DEIKSIS - Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Vol. 4 No. 2*.
- Julian, R. (2016). Mitos Kecantikan Dalam Cerpen-Cerpen Dwi Ratih Ramadhany. *Jurnal Poetika Vol. IV No. 1*.
- Khulsum, U. (2014). Perspektif Cantik Perempuan Korea dalam Film Minyoneun Geurowo. *Jurnal Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia*.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesia Tera
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahvira Putri Mahanani, D. L. (2020). Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman Tentang Standar Kecantikan. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 3 No. 3, Desember 2020, 449-456*.
- Maulana, Deddy, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mellisa Leliani Saputra, G. P. (2018). Representasi Kecantikan Perempuan Korea Selatan dalam Film "Plump Revolution". *JURNAL E- KOMUNIKASI Vol 6. No.2*.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya Offset.

- Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika Dalam Film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No.1.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muwarni, E. (2010). Konstruksi Bentuk Tubuh Perempuan dalam Iklan Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. II No. 1 Tahun 2010*.
- Nawiroh Vera. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nur Izzah Amalia, R. R. (2021). Relevansi Standar Kecantikan Dewi Sinta Dalam Serat Ramawijaya Dengan Kesetiaan Seorang Istri. *KEJAWEN, Volume 1, Nomor 1, 2021*.
- Pawito. (2018). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Pratiwi, R. Z. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi). *Jurnal An-Nida, Vol. 10, No. 2*.
- Putri, A. P. (2014). Representasi Citra Perempuan dalam Iklan Shampoo Tresemme Keratin Smooth di Majalah Femina. *E-Journal Ilmu Komunikasi Vol. 2 No. 2*.
- Putu Krisdiana Nara Kusuma, I. K. (2017). Analisis Semiotika Roland Barthes PADARitual Otonan di Bali. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 1, No. 2,, 195- 217*.
- Rahardaya, A. K. (2021). Analisis Wacana Kritis Representasi Counter Hegemony Standar Kecantikan Pada Unggahan Akun Instagram @tarabasro. *Nivedana: Jurnal Komunikasi & Bahasa Volume. 2, Nomor. 1, Juli 2021*.
- Rohmah, C. (2020). Representasi Supremasi Kulit Putih Bagi Perempuan Dalam. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies Vol. 4 No. 1*.
- Rusmana, Dadang. 2005. *Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori, dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.

- Rustandi. (2007). Idealisasi Citra Wanita Cantik dalam Iklan Televisi : Sebuah Pendekatan Cultural Studies. *Jurnal Observasi Kajian Komunikasi dan Informatika Vol. 5 No. 2*.
- Sekarwening, N. I. (2021). Analisis: Dampak Standar Kecantikan Pada Film Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan. *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 05 No. 01*.
- Sobur, A. (2002). Bercengkrama dengan Semiotika. *MEDIATOR Vol. 3 No. 1*. Sobur, A. (2014). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sujiman, Panuti dan Zoest, Aart Van. 1996. Serba-serbi Semiotika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sukisman, J. M. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan. *Jurnal Koneksi, 67-75*.
- Tinarbuko, Sumbo. 2018. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wibowo, Indiwani Seto Wahyu. (2015). *Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wijaya, P. M. (2013). Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow Calcium Plus Versi More Than A Woman. *Jurnal DKV Adiwarna, 1- 11*.
- Worotitjan, H. G. (2004). Konstruksi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik Wardah. *Jurnal E-Komunikasi Vol. 2 No. 2*.