BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini akan membahas bagaimana wacana pemberdayaan perempuan dikonstruksikan oleh seorang selebritas melalui *platform* youtube. Selebritas perempuan dalam industri hiburan seringkali direduksi pada aspek fisik dan estetika. Industri hiburan kerap menjadikan perempuan sebagai objek visual. Standar kecantikan yang menjadi faktor utama dalam menentukan eksistensi mereka dibandingkan dengan bakat, prestasi, danpencapaian mereka. Wolf (2004) mengungkapkan bahwa kecantikan masa kini membekali perempuan dengan dua hal utama, pemujaan terhadap pengendalian berat dan badan, dan pemujaan atas ketakutan pada pertumbuhan usia. Industri hiburan global, termasuk Korea turut memberikan perspektif dan batasan-batasan baru pada kriteria cantik bagi perempuan, bahwa perempuan cantik adalah mereka yang bertubuh langsing, berkulit putih, berambut panjang, dan memiliki postur yang ideal. Penampilan dan kecantikan dianggap menjadi suatu hal yang segala-galanya (Damayanti et al., 2023)

Selebritas seringkali identik dengan kriteria-kriteria kecantikan yang ideal menurut standar yang ada dalam kehidupan sosial. Kecantikan dan selebritas seringkali menjadi dua hal yang tidak terpisahkan. Standar kecantikan yang dikonstruksi oleh media telah memengaruhi perspektif dan minat masyarakat, hal ini menyebabkan masyarakat lebih memberikan perhatian dan peluang pada selebritas yang dianggap memenuhi standar kecantikan. Aspek visual dari seorang

selebritas akan menentukan eksistensi mereka dan tingkat eksposur yang mereka dapatkan dari media. Sebagai contoh, Ariel Tatum adalah seorang selebritas sekaligus aktris dengan kecantikan yang sempurna dan postur tubuh yang seksi, masyarakat cenderung melihat ia dari aspek visual dan estetika, tak banyak yang menilai dan memberikan pujian dari kemampuannya dalam memainkan peran.

Gambar 1. 1 Foto Ariel Tatum dan Komentar di Instagram
(Sumber: Instagram, 2025)

Beberapa selebritas juga menimbulkan pro dan kontra bagi masyarakat, pasalnya memiliki popularitas yang besar meskipun kontribusi atau bakat mereka di industri hiburan sering dipertanyakan, sebagai contoh adalah Fuji. Masyarakat memberi label Fuji dengan sebutan artis jalur duka, pasalnya kepopulerannya yang meningkat drastis setelah meninggalnya sang kakak yang menghebohkan publik di tahun 2021 lalu. Sejak tahun 2021 lalu hingga kini tahun 2025, eksistensi Fuji dalam berbagai media masih terus bertahan. Meskipun masyarakat belum benar-benar bisa melihat apa bakat dan kemampuan Fuji dalam dunia hiburan, namun kecantikan tetap memberikan ia kesempatan dan peluang yang luas di industri hiburan melalui berbagai media. Mulai dari *endorsement,* peran sebagai *brand ambassador*, hingga kolaborasi dengan brand dan *campaign* ternama.

Gambar 1. 2 Fuji sebagai Brand Ambassador dan Talent Endorsement
(Sumber: Instagram dan Tiktok, 2025)

Fenomena ini menunjukan bahwa dalam industri hiburan, perempuan lebih sering dihargai berdasaran penampilan fisik mereka dibandingkan kecerdasan, kemampuan, atau pretasi yang dimiliki. Konsekuensinya standar kecantikan yang dikonstruksi tidak hanya memengaruhi bagaimana selebritas perempuan diperlakukan, tetapi juga berdampak pada posisi perempuan dalam kehidupan sosial. Ideologi kecantikan ini menempatkan perempuan modern dalam posisi subordinat, posisi yang lebih rendah di masyarakat. Mereka tidak berkuasa dan tidak memegang kontrol penuh atas dirinya sendiri, melainkan terus menerus dihadapkan oleh ekpektasi dan tuntutan sosial yang membatasi kebebasan mereka. Pada akhirnya, standar kecantikan ini tidak hanya membatasi kebebasan perempuan dalam menentukan citra mereka, namun juga memperkuat dominasi sosial yang menjadikan perempuan diposisikan sebagai kelas kedua yang dianggap kurang berkuasa, kurang mandiri, atau lebih dikontrol oleh standar yang dibuat masyarakat (Mirwan N, 2021)

Meskipun dominasi standar kecantikan dalam industri hiburan terus berlanjut, munculnya figur-figur tertentu menunjukan bahwa perempuan dapat mendobrak paradigma yang telah terbentuk di masyarakat. Beberapa selebritas mulai menampilkan citra yang berbeda, bahwa mereka tidak hanya dapat dinilai pada estetika fisik, namun juga kapabilitas dan kontribusi sosial mereka. Munculnya figur seperti Cinta Laura dan Maudy Ayunda menandai pergeseran paradigma dalam industri hiburan. Dilansir dalam berita harian Fimela yang ditulis oleh Fitriyani (2024), selain memiliki paras yang cantik dan berbakat dalam berbagai bidang seni, Cinta Laura juga diketahui telah lulus dari salah satu universitas top dunia yakni Colombia University dengan meraih 2 gelar sekaligus yaitu psikologi dan sastra jerman dengan nilai ipk 3,9 dan meraih predikat cumlaude. Cinta Laura juga diketahui seringkali vokal dalam berbagai isu dan berkontribusi di berbagai gerakan sosial masyarakat. Pada tahun 2019, Cinta juga ditunjuk oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak untuk menjadi duta anti kekerasan terhadap perempuan dan anak. Cinta Laura juga masuk dalam jajaran *Fortune 40 Under 40,* penghargaan dari majalah Fortune yang mengapresiasi para pemimpin muda yang telah berontribusi signifikan dalam memajukan Indonesia.

Gambar 1. 3 Prestasi dan Penghargaan Cinta Laura
(Sumber: Google)

Selain Cinta Laura, Maudy Ayunda juga merupakan sosok selebritas yang demikian. Kemampuan intelektualitasnya sudahh menjadi rahasia umum di kalangan masyarakat. Dilansir dalam artikel berita IDN Times, Maudy Ayunda memiliki segudang prestasi akademik maupun non-akademik. Maudy Ayunda diketahui menyelesaikan studi S1 dan S2 di dua kampus terbaik dunia. Maudy telah menuntaskan pendidikan S2 di Stanford University setelah sebelumnya menempuh pendidikan S1 di Oxford University. Maudy juga masuk dalam kategori Forbes 30 Under 30 Asia. Selain berprestasi,ia juga aktif dalam berbagai gerakan sosial dan memiliki yayasan Maudy Ayunda Foundation, yayasan yang berfokus pada kemajuan anak muda melalui program beasiswa dan mentoring (Times & Salma, 2021)

Kehadiran para selebritas perempuan seperti diatas, perlahan mulai memberikan pergeseran paradigma bagi masyarakat. Bahwa faktor eksistensi selebritas perempuan bukan hanya dilihat dari objek visualnya saja, namun kapabilitas intelektualitas yang mereka miliki juga menjadi faktor pendukung. Hal

ini tidak hanya tercermin dari latar belakang pendidikan yang mereka tempuh, namun juga dari keterlibatan serta peran aktif mereka dalam membawa narasi pemberdayaan dalam berbagai forum dan kesempatan di media.

Berdasarkan data dari Global Digital Reports yang dilansir dalam website datareportal.com dengan artikel berjudul *Digital 2025:Indonesia*, jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2025 mencapai 212 juta jiwa. Jumlah pengguna internet ini meningkat sebanyak 17 juta orang (8,7%) dari Januari 2024 hingga Januari 2025. Pengguna aktif media sosial per Januari 2025 terhitung sebanyak 143 juta pengguna, angka ini setara dengan 50,2% dari total populasi Indonesia pada awal tahun 2025. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 17 menit per hari di media sosial. Aktivitas yang dilakukan di media sosial diantaranya berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), dan belanja *online* (61%). Jumlah pengguna youtube di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 1143 juta dengan distribusi gender pengguna youtube di Indonesia adalah berjenis kelamin perempuan (47,3%) dan laki-laki (52,7%) (Kemp, 2025)

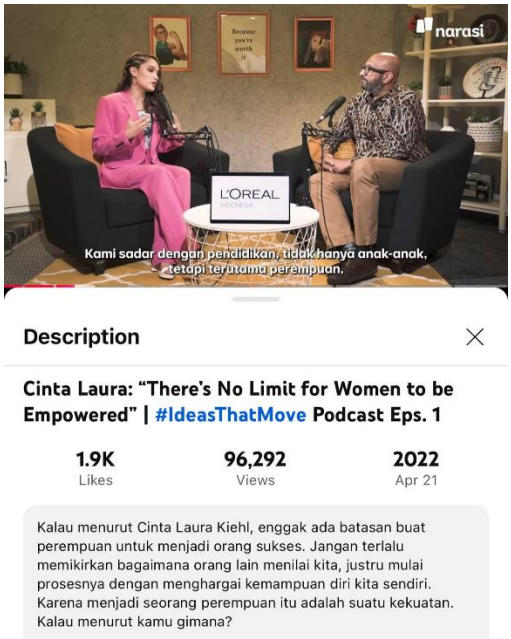
Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa salah satu aktivitas utama yang dilakukan pengguna adalah untuk berbagi foto/video. Youtube menjadi salah satu media untuk berkomunikasi, melalui produksi konten video yang didalamnya memuat pesan-pesan dari komunikator (pemilik akun) ke komunikan (audiens), video yang diunggah juga akan menciptakan timbal balik dberupa komentar dari penonton. Selain hiburan, konten-konten di youtube juga menjadi sarana edukatif yang memperluas wawasan dan mendorong penonton untuk mengeksplorasi berbagai perspektif baru secara lebih kritis. Oleh sebab itu, tak jarang pengguna

menjumpai konten dalam bentuk diskusi dan pertukaran gagasan yang tidak hanya menyuguhkan informasi, namun juga mampu membentuk opini dan memengaruhi cara berpikir penonton. Berbagai konten yang ditemui juga berfungsi sebagai alat kampanye terhadap suatu gerakan ataupun ideologi tertentu, yang mana dampaknya mampu membentuk persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu isu tertentu.

Perkembangan media digital saat ini memberikan kesempatan pada selebritas untuk tidak lagi bergantung pada media konvensional dalam membangun citra mereka. *Platform* digital seperti youtube memungkinkan selebritas untuk secara langsung bersuara dan menyampaikan mengenai nilai, prinsip, dan advokasi yang mereka bawa, sehingga mereka memiliki kendali penuh atas narasi yang ingin mereka bangun. Kini selebritas memiliki kontrol penuh melalui keterlibatan mereka dalam berbagai konten di youtube, memberikan mereka kesempatan untuk lebih strategis dan efektif dalam menunjukan citra yang autentik dan berorientasi pada perubahan sosial. Hal ini merefleksikan bagaimana pergeseran selebritas dari sekadar eksistensi sebagai figur hiburan menjadi agen perubahan sosial. Sebagai objek hiburan, selebritas menarik perhatian masyarakat melalui gaya, kepribadian, refrensi dan kehidupan pribadinya. Masyarakat juga cenderung akan terpikat dengan nilai yang dibawa oleh selebritas, menjadikannya bukan hanya sekedar penghibur, namun juga menganggap selebritas sebagai penasihat, penghibur, bahkan sebagai panutan (Perbawani & Nuralin, 2021). Daya tarik ini memberikan kesadaran bagi para selebritas untuk dimanfaatkan dalam membangun citra diri. Melalui *platform* digital, figur publik seperti Cinta Laura membuktikan bahwa dirinya lebih dari sebagai objek hiburan, namun juga dapat menjadi *opinion leader*

yang menyuarakan isu penting, seperti pendidikan dan kesetaraan gender. Hal ini juga menjadi upaya yang dilakukan figur publik seperti Cinta Laura dalam menggeser paradigma yang hidup di masyarakat.

Dalam berbagai konten *podcast*, Cinta Laura menekankan akan pentingnya perempuan untuk berpendidikan tinggi dan hak-hak perempuan untuk mendapatkan kesempatan yang sama dengan laki-laki. Salah satunya melalui video dalam kanal youtube Narasi di *#IdeasThatMove podcast* eps.1, Cinta Laura mengungkapkan bagaimana baginya perempuan berhak untuk diberdayakan dan mendapat kesempatan yang sama dengan laki-laki.



Gambar 1. 4 Video Cinta Laura *'There's No Limit for Women to be Empowered'*
(Sumber: Youtube, 2022)

Video dengan judul "Cinta Laura: *There's No Limit for Women to be Empowered #IdeasThatMove Podcast* Eps.1" diunggah pada tanggal 21 April 2022, bertepatan dengan peringatan Hari Kartini. Video yang dilihat oleh 96 ribu audiens ini membahas pengalaman Cinta Laura dalam melihat banyak anak perempuan

yang berhenti sekolah dan dipaksa untuk menikah dini, sebagai anak usia dibawah umur tentunya mereka belum benar-benar memahami identitas dirinya dan memahami dunia. Alasan ini yang menjadi motivasi bagi Cinta Laura dalam membangun sekolah di daerah terpencil di Indonesia serta memfasilitasi dengan program beasiswa dan berupaya menciptakan motivasi bagi anak-anak perempuan untuk dapat berpendidikan tinggi dan melahirkan rasa kepercayaan diri pada mereka akan kemampuannya dalam mengendalikan hidupnya sendiri. Dalam video ini juga membedah realita bagaimana masyarakat patriarki mampu melemahkan pemberdayaan perempuan.

Perempuan Indonesia dalam memperjuangkan kesetaraan tidak hanya terjadi saat ini, namun telah terjadi jauh hari sebelum kemerdekaan dengan memperjuangkan persamaan dimata hukum dan hak politik (Setiawan, 2019). Salah satu tokoh perjuangan hak-hak perempuan adalah RA Kartini yang memperjuangkan nasib pendidikan yang layak untuk perempuan Indonesia serta menuntut kebebasan untuk dapat melakukan berbagai kegiatan tanpa adanya peraturan yang membatasi ruang gerak perempuan Indonesia (Fauzia, 2022)

Saat ini, pemberontakan akan sebuah stigma dan sebuah pergerakan sosial tidak selalui dilakukan secara lansung, aktivisme ini juga tidak lepas dari peranan media dan internet atau dikenal dengan aktivisme internet. Teknologi yang modern dan serba digital seperti TV, Youtube, Instagram, X, dan Facebook telah menjadi bagian dari perkembangan yang masif dalam melakukan sebuah aktivisme sosial (Sidik et al., 2022). Media sebagai sarana penyebaran informasi dengan jaringannya luas dan tak terbatas memiliki potensi besar dalam memengaruhi opini publik,

memobilisasi aksi sosial dan mengorganisir berbagai gerakan sosial dengan lebih luas dan efektif (Dharmasetya et al., 2024).

Melalui *platform* digital, figur publik seperti Cinta Laura tidak hanya berperan sebagai selebritas, tetapi juga sebagai *opinion leader* yang mampu mempengaruhi pandangan audiens mengenai isu-isu sosial. Kehadirannya dalam berbagai forum diskusi dan konten edukatif di youtube membuktikan bahwa media digital dapat menjadi wadah efektif untuk menyuarakan perubahan serta menanamkan kesadaran akan pentingnya kesetaraan gender. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada video ini karena video ini cukup relevan dengan berbagai isu hambatan struktural yang membatasi perempuan saat ini. Selain itu, peneliti juga melihat bahwa narasi yang dibangun oleh Cinta Laura dalam video, menjadi sebuah solusi konkret unuk mengurangi permasalah diskriminasi terhadap perempuan sehingga pesan-pesannya harus dengan bijak dapat diterima oleh audiens. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana wacana pemberdayaan perempuan dikonstruksikan dalam konten digital yang melibatkan Cinta Laura di video dengan judul *"*Cinta Laura: *There's No Limit for Women to be Empowered #IdeasThatMove Podcast* Eps.1" dalam kanal youtube Narasi, serta bagaimana respons audiens terhadap wacana tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: "Bagaimana wacana pemberdayaan perempuan dikonstruksi dalam konten youtube yang berjudul Cinta Laura: *There's*

No Limit for Women to be Empowered #IdeasThatMove Podcast Eps.1 di *channel* youtube Narasi?"

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana media digital youtube dalam video berjudul *"*Cinta Laura: *There's No Limit for Women to be Empowered #IdeasThatMove Podcast* Eps.1" di *channel* youtube Narasi mengonstruksi wacana pemberdayaan perempuan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada ranah kajian ilmu komunikasi dan feminisme digital, khususnya dalam analisis wacana digital terkait peran figur publik dalam menyuarakan pemberdayaan perempuan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis bagi masyarakat untuk membantu memahami bagaimana pesan-pesan pemberdayaan perempuan dikonstruksi dan disampaikan melalui media digital, sehingga dapat lebih kritis dalam mengonsumsi informasi.

1.4.3 Manfaat Akademis

Memberikan refrensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan feminisme dalam dunia digital dan mengembangkan pemahaman akademis mengenai bagaimana peran publik figur dalam membentuk narasi pemberdayaan perempuan di *platform* digital