

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini membawa pengaruh teknologi disetiap bidang kehidupan manusia. Teknologi telah berubah menjadi kebutuhan yang tidak bisa lepas bagi manusia. Salah satunya adalah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yaitu internet. Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagai data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri, seperti yang diketahui, internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu seperti komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006:135).

Setiap individu kini memiliki peluang yang sama untuk mengakses informasi sesuai dengan keinginannya. Hal ini disebabkan oleh pemakaian sarana komunikasi yang bertambah canggih sehingga tiap individu kini dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa memikirkan jarak dan waktu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas *storage* dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi (Setyani, 2013: 5). Berkembangnya

internet dengan pesat ini memunculkan media alternatif yang berkembang didalamnya seperti media sosial.

Pada era digital seperti ini, media sosial telah menjadi bagian dari masyarakat sebagai sarana komunikasi dan mendapatkan informasi. Media sosial menjadi salah satu alat aktualisasi diri. Aktualisasi diri termasuk dalam fungsi komunikasi sosial, serta sebagai kebutuhan dasar manusia. Menurut Van Dijk (2013) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Menurut Mahfud (2011), pesatnya perkembangan media sosial kini disebabkan karena semua orang seperti dapat memiliki media sendiri. Pengguna media sosial dapat dengan bebas mengedit, memodifikasi atau menambahkan baik tulisan, gambar, video serta membuat berbagai konten lainnya.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa. Media sosial menjadi peringkat kedua untuk alasan utama masyarakat menggunakan internet, dengan prosentase 18,9%. Sedangkan 91% usia terbanyak yang mengakses internet yaitu usia 15-19 tahun yang notabene masuk dalam kategori remaja.

Saat ini ada beberapa jejaring sosial yang sedang digemari oleh masyarakat. Salah satunya adalah *youtube*. Berdasarkan *survey* APJII tahun 2018, sebanyak 45,3% menggunakan internet untuk menonton film/video. Sedangkan Youtube berada diposisi tiga sebagai media sosial yang digemari masyarakat dengan

prosentase 15,1%. Jejaring sosial ini tidak hanya dimanfaatkan oleh artis atau publik figur saja, melainkan masyarakat dapat menikmati setiap video atau konten yang berada di *youtube*. Selain itu pengguna Youtube dapat menjadikan video/tayangan mereka sebagai ladang pekerjaan. Berbagai konten video dapat ditonton dalam Youtube, mulai dari film, musik, *gaming*, tips memasak, berita, *fashion* dan Vlog.

Video blog (Vlog) merupakan suatu konten dalam video Youtube yang memuat hiburan untuk masyarakat tentang kehidupan sehari-hari seorang artis atau *content creator youtube*. Sejak tiga tahun terakhir ini banyak bermunculan *vlogger* (pembuat vlog) yang aktif membagikan kesehariannya lewat Youtube. Hal-hal yang dibagikan dalam vlog beragam, mulai dari tempat wisata, *trend* busana, curhatan dari seorang *vlogger* hingga informasi tentang kecantikan. Informasi tentang kecantikan atau *make up* saat ini banyak digemari oleh pengguna Youtube khususnya perempuan. Istilah *beauty vlogger* (video blogger yang membahas tentang kecantikan) sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Banyak bermunculan *beauty vlogger* Indonesia yang membagikan informasi serta tips tentang kecantikan. Seorang *beauty vlogger* biasanya melakukan *review* dari sebuah produk hingga melakukan *make up tutorial* untuk kemudian dibagikan kepada pengikutnya.

Kecantikan adalah suatu hal yang ingin didapatkan oleh setiap perempuan. Kata “cantik” berasal dari bahasa latin, yaitu *bellus*, yang ditujukan bagi perempuan dan anak-anak. Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia edisi keempat (2008), cantik memiliki arti indah, jelita, elok, dan molek. Setiap perempuan pasti

menginginkan untuk tampil cantik disetiap waktu. Konstruksi makna cantik saat ini yang berkembang di Indonesia adalah perempuan dengan kulit putih, postur tubuh tinggi dan kurus, rambut panjang yang lurus serta hidung yang mancung. Namun tidak semua perempuan Indonesia memiliki kriteria ‘cantik’ seperti itu. Beberapa perempuan Indonesia memiliki kekurangan dalam kondisi bentuk fisik yang tidak sempurna atau yang biasa disebut dengan disabilitas.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penyandang adalah sebutan bagi orang yang menyandang (menderita) sesuatu. Sedangkan disabilitas yang berarti cacat atau ketidakmampuan merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *disability* (jamak: *disabilities*) yang berarti cacat atau ketidakmampuan. Menurut UU no. 8 tahun 2016 pasal 1 ayat 1 berbunyi bahwa penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Penyandang disabilitas adalah orang yang hidup dengan karakteristik khusus dan berbeda dengan orang pada umumnya.

Pemanfaatan media sosial YouTube dapat digunakan bagi beberapa perempuan untuk mendapatkan motivasi atau kepercayaan diri kembali walaupun mereka memiliki kekurangan. Lewat Youtube, muncul beberapa orang yang biasa disebut *beauty vlogger* yang berperan untuk mengedukasi, memotivasi serta memberi tips melalui video-video konten yang mereka *upload*. Salah satu *beauty vlogger* yang sempat *viral* serta penyandang disabilitas adalah Siti Jamila. Siti Jamila adalah

seorang *beauty vlogger* asal Bali yang mengalami kelainan fisik (tuna daksa) dan kelainan pendengaran (tunarungu). Hal ini disebabkan karena Siti Jamila lahir prematur di usia enam bulan dua puluh hari. Kini Siti Jamila berusia delapan belas tahun dan selama satu tahun telah menggeluti dunia *make up*. Awalnya Siti Jamila belajar *make up* melalui *handphone* yang kemudian dikembangkan menjadi hobi barunya yaitu merias diri dan mengunggahnya di akun media sosialnya.

Siti Jamila adalah penyandang disabilitas yang tampil sangat percaya diri ketika ia melakukan konten *video make up tutorial*. Melalui *channel* YouTube nya yang bernama @Siti Jamila, ia membagikan beberapa *video make up tutorial* yang menginspirasi banyak orang. Dilihat dari akun instagramnya @marlina9546, kini Siti Jamila memiliki 29 ribu *followers* dan seribu *subscriber* di akun Youtubanya (Data diperoleh dari akun Instagram dan Youtube Siti Jamila, 2020). Melalui *video make up tutorial* nya yang viral pula, Siti Jamila sempat diundang menjadi bintang tamu dalam acara *talkshow* hitam putih yang dipandu oleh Deddy Corbuzier.



Gambar 1.1 Siti Jamila di akun Instagram

Berdasarkan video yang diposting lewat akun Youtube dan Instagramnya, tidak jarang pula *viewers* memberikan *likes* serta *comments* yang positif. Umumnya penyandang disabilitas merupakan pribadi yang tertutup dan mempunyai sedikit kesempatan untuk mengembangkan hobinya. Namun dengan kekurangan fisiknya, Siti Jamila bukan pribadi yang tidak percaya diri. Melainkan membuat dirinya ingin menginspirasi perempuan penyandang disabilitas yang lain. Siti Jamila dapat tampil percaya diri dalam videonya dan membuktikan bahwa penyandang disabilitas juga bisa tampil cantik dengan *make up*. Hal ini menarik karena dalam kekurangan fisiknya, Siti Jamila tetap bersemangat dan dapat membagikan konten video *make up tutorial* yang positif bagi *viewersnya*.

Sebagai penyandang disabilitas, Siti Jamila mendobrak tatanan *beauty standart* yang berkembang di Indonesia bahwa “kecantikan” tidak hanya dinilai melalui kesempurnaan fisik saja. Siti Jamila membuktikan bahwa pengaplikasian *make up* yang rapi serta kepercayaan diri juga dapat membuat perempuan menjadi cantik tanpa harus merubah fisiknya menjadi sempurna. Menurut Melliana dalam bukunya yang berjudul menjelajah tubuh perempuan dan mitos kecantikan, Melliana menunjukkan bahwa *inner beauty* (kecantikan dari dalam) merupakan definisi kecantikan seorang perempuan juga. *Inner beauty* diasosiasikan dengan perlakuan sikap yang baik dan segala sesuatu yang positif yang dilakukan oleh seorang perempuan. Misalnya seorang perempuan yang cerdas dan memiliki *attitude* yang baik ketika bersosialisasi di depan umum.

Video *make up tutorial* yang diunggah oleh Siti Jamila memiliki beragam simbol dan makna didalamnya. Teknik analisis semiotika dapat digunakan untuk

mengkaji simbol serta makna kecantikan dalam video *make-up* tutorial Siti Jamila di Youtube. Semiotika merupakan suatu ilmu dan metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang digunakan oleh manusia dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Semiotik pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi siste terstruktur dari tanda. Tujuan lainnya untuk menunjukkan tindakan yang masuk akal, teka-teki menarik, serta rincian yang dianggap paling meyakinkan (Sobur, 2013:66).

Video Youtube Siti Jamila ini yang kemudian mendorong minat peneliti untuk melakukan analisis terhadap representasi kecantikan menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan semiotika John Fiske. Analisis John Fiske lebih condong terhadap audio visual budaya populer. John Fiske telah membagi kode-kode menjadi tiga level yaitu pertama level realitas, kedua level representasi dan ketiga level ideologi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana representasi kecantikan dalam video *make up tutorial beauty vlogger* Siti Jamila di Youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui representasi kecantikan dalam video *make up tutorial beauty vlogger* Siti Jamila di Youtube.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu dapat memberi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai analisis semiotika dari representasi kecantikan. Penelitian memberikan pengembangan ilmu pengetahuan serta wawasan penelitian juga bahan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi kerangka acuan, yakni :

1. Manfaat penelitian ini secara praktis sebagai bahan masukan serta saran untuk masyarakat luas agar dapat memahami dengan benar mengenai makna yang terdapat didalam video *make up tutorial beauty vlogger* Siti Jamila.
2. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya FISIP Program Studi Ilmu Komunikasi mengenai studi semiotika.