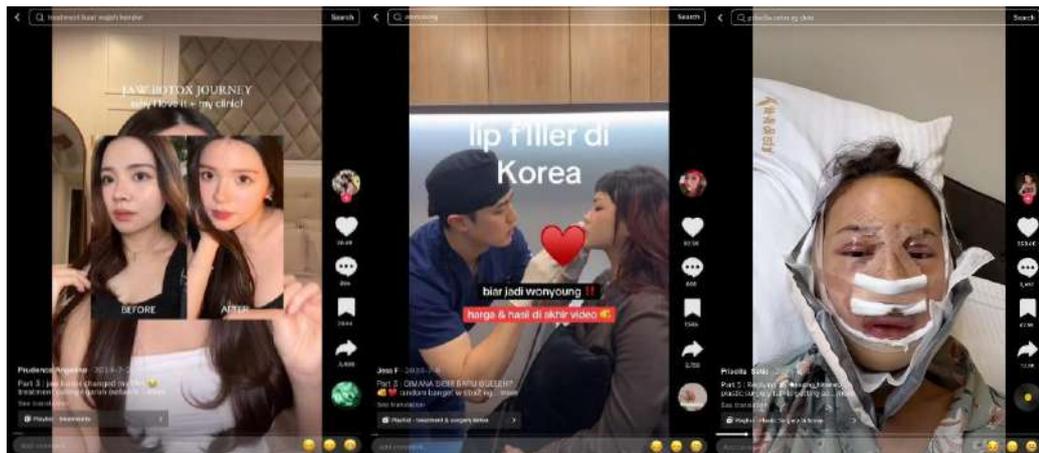


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, konsep kecantikan sering kali dikaitkan dengan nilai-nilai agama dan budaya. Banyak pemahaman yang berkembang dalam masyarakat bahwa mengubah bentuk wajah atau tubuh secara permanen merupakan sesuatu yang bertentangan dengan ajaran agama. Namun, di sisi lain, berkembang pula wacana baru yang lebih menekankan pada konsep *self-empowerment* dan kebebasan individu atas tubuh mereka, sebagaimana yang tergambar dalam slogan “*My Body, My Choice*” yang viral di media sosial. Media sosial sebagai ruang utama bagi konstruksi dan negosiasi identitas perempuan, termasuk dalam menentukan standar kecantikan. Standar kecantikan dikonstruksi melalui berbagai iklan *make up* dan *skincare*, seperti pada iklan produk sabun wajah Emina *Bright Stuff* sebagai salah satu produk dalam lini seri Emina *Beauty Bestie* yang mempromosikan fungsi mencerahkan wajah, menjadikan wajah yang cerah sebagai salah satu standar kecantikan (Nabilah, 2023). Standar kecantikan tersebut tidak hanya ada di iklan komersial tetapi juga masuk pada *endorsement* para *microcelebrity* di media sosial. Berikut adalah contoh-contoh akun di media sosial yang membagikan pengalaman pribadi mereka terkait dengan perawatan estetika (*botox*, tanam benang, *filler*, operasi plastik)



**Gambar 1.1** Berbagai konten tentang operasi plastik di TikTok  
(Sumber: akun TikTok @prudenceangl, @jessicafentisa, @priscillasetio)

Prudence Angeline merupakan salah satu *content creator* TikTok yang tidak jarang menjalani tindakan prosedur kecantikan dan membagikannya kepada audiens/pengikutnya di TikTok. Salah satu prosedur kecantikan yang Ia jalani adalah *jaw botox* atau tindakan prosedur *botox* pada dagunya sehingga terlihat lebih kencang dan tirus. Prudence Angeline membagikan rincian perjalanannya, foto sebelum dan sesudah tindakan, klinik tempat tindakan prosedur kecantikan dilakukan, dan mengapa Ia menyukai hasilnya. Bentuk prosedur kecantikan lainnya adalah *filler* atau prosedur kecantikan yang menginjeksi cairan ke dalam bagian tubuh tertentu yang diinginkan untuk terlihat lebih berisi, contohnya bibir. *Content creator* TikTok Jessica Fentisa adalah salah satu dari banyak orang yang menjalani tindakan prosedur *filler* khususnya *lip filler* atau *filler* bibir di Korea Selatan. Dalam kontennya, Jessica Fentisa menyisipkan kata-kata ‘biar jadi wonyoung’, yang maksudnya adalah bahwa Ia menjalani tindakan prosedur kecantikan tersebut untuk mendapatkan bentuk dan tampilan bibir yang *plump* seperti Jang Wonyoung, salah satu *idol* Korea Selatan yang sedang naik daun. Kehadiran akun-akun yang secara terbuka membahas prosedur kecantikan medis menandakan adanya pergeseran nilai

dalam masyarakat. Jika sebelumnya perubahan wajah dianggap tabu dan hanya dibicarakan secara terbatas, kini praktik tersebut semakin terbuka dan bahkan mendapatkan ruang legitimasi melalui diskusi digital.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan industri kecantikan, narasi yang muncul di media sosial khususnya TikTok semakin membentuk persepsi publik terhadap apa yang dianggap sebagai "kecantikan ideal." Pada penelitian ini penulis mencoba mengungkapkan wacana terhadap modifikasi tubuh sebagai jawaban dari konsep kecantikan ideal yang ditampilkan pada akun TikTok Dosen Kecantikan. TikTok sebagai salah satu platform video singkat populer yang memberikan peluang bagi para penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi melalui klip video secara gratis, yang dalam hal ini dimanfaatkan dengan maksimal oleh Dosen Kecantikan. Begitu banyak ragam jenis konten yang tersedia di TikTok termasuk *mini vlog*, video musik, tutorial, *live*, hingga video edukasi. Terdapat konten-konten yang dimuat dalam TikTok dapat dengan mudah disebarluaskan seperti informasi dan pengetahuan melalui video-videonya. Tidak sekedar sebagai media yang dapat memberikan hiburan dan menyampaikan informasi, TikTok juga memiliki fungsi menayangkan tayangan yang mendidik masyarakat melalui konten edukasi. Pentingnya konten yang mengandung edukasi berperan untuk menambah wawasan penonton dalam menerima tayangan yang layak atau bahkan sebuah pengetahuan baru. Melalui video singkat yang ada di TikTok dapat memengaruhi sikap, respon, tindakan, dan dijadikan acuan dalam berperilaku sehari-hari di masyarakat (Erye, 2022). Hal ini dapat menjadi acuan untuk memberikan tayangan konten yang berdampak positif bagi para *content*

*creator* agar bisa membuat konten inspiratif dan menambah wawasan hingga nantinya tidak sebatas untuk hiburan tetapi bisa mendapatkan edukasi untuk masyarakat.

Dewasa ini, platform TikTok menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan untuk membangun sikap penerimaan masyarakat terhadap sajian informasi yang ditayangkan (Mardianto, 2023). Kepopuleran TikTok sebagai media sosial dimanfaatkan penggunaannya untuk membagikan kreasi konten secara bebas, tentu dengan genre dan topik yang beragam sesuai latar belakang masing-masing penggunaannya. Selain itu, TikTok juga memperbolehkan penggunaannya untuk secara aktif berinteraksi sehingga audiens dapat sekaligus memberikan komentar terhadap tayangan yang diberikan dan pengunggah konten juga dapat menanggapi komentar tersebut. Platform TikTok digunakan untuk banyak hal mulai dari hiburan, edukasi, hingga kampanye politik. Secara disadari maupun tidak disadari, TikTok juga dapat dijadikan media advokasi dari ragam isu dan fenomena yang ada oleh penggunaannya. Bentuk advokasi yang dimuat dalam TikTok berasal dari isu atau fenomena, khususnya fenomena budaya populer yang tentu beragam macamnya. Banyak kreator konten (*content creator*) TikTok yang kemudian memberikan advokasi berkaitan dengan kesehatan mental, politik, anti kekerasan, dan kaum minoritas. Setiap kreator konten di TikTok selalu menawarkan konten-konten dengan ciri khas mereka untuk menarik para audiensnya dan membuat konten mereka lebih mudah diingat dan meninggalkan kesan bagi audiens.

Dari beragamnya jenis konten yang disajikan oleh berbagai kreator konten di TikTok, belakangan ini tidak sedikit kreator konten yang menyajikan konten

*beauty and selfcare* atau konten yang berfokus pada perawatan diri dan kecantikan, yang kemudian diikuti dengan adanya bentuk konstruksi kecantikan di baliknya. Umumnya genre konten ini memiliki maksud untuk menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya merawat diri dan penampilan untuk mendukung dan meningkatkan *value* atau ‘nilai’ diri khususnya pada kalangan perempuan. Konten ini berisi tips dan trik dari kreator konten terkait yang menunjukkan proses merawat diri mulai dari wajah hingga tubuh dengan berbagai kosmetik, alat-alat kecantikan, hingga perawatan rutin di klinik kecantikan. Dosen Kecantikan yang merupakan salah satu kreator konten dengan konten terkait menjadi pilihan penulis untuk diteliti.

Dosen Kecantikan kerap mengunggah konten merawat diri yang dikemas seolah sedang memberi lektur kepada audiensnya yang disebut mahasiswa kecantikan. Akun TikTok Dosen Kecantikan cukup identik dengan rutinitas perawatan dan tindakan ‘merombak’ wajah hingga tubuh di klinik kecantikan dengan harga untuk tiap tindakannya yang tidak murah. Walaupun demikian, terdapat juga konten video singkat pada akun Dosen Kecantikan yang mempromosikan produk kosmetik yang terjangkau. Di sisi lain, video tentang perawatan diri yang disajikan oleh Dosen Kecantikan pada akun TikTok pribadinya memberikan pengetahuan tentang budaya konsumerisme yang kurang familier bagi orang dari kalangan menengah ke bawah. Dapat dikatakan konten yang diunggahnya dapat menjadi sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat seputar praktik-praktik prosedur estetika berikut biaya masing-masing tindakannya. Akun pribadi Dosen Kecantikan sudah dibangun sejak 2022 dan per Juli 2025 ini sudah

memiliki 1,2 juta pengikut dengan ratusan ribu hingga jutaan penonton pada masing-masing video yang telah diunggahnya. Jika dilihat dari ragam tayangan konten tentang kecantikan ini berisikan tips dan cara mempercantik diri dan penampilan, yang membuat akun Dosen Kecantikan ini berbeda dan menarik jika dibandingkan dengan kreator konten TikTok lain yang sama-sama berkaitan dengan kecantikan ialah Dosen Kecantikan menyajikan konten kecantikan bahkan promosi (*endorsement*) produk kosmetik dengan narasi yang tegas, percaya diri dan cenderung jomawa tetapi juga menggelikan karena tidak tertebak dan *relatable*. Pada konten di mana Dosen Kecantikan memberikan kiat-kiat dalam mempercantik diri, Dosen Kecantikan sering kali menggunakan slogan yang sudah melekat kuat sebagai *personal branding*-nya, yakni “gak cantik dari sananya, bisa cantik dari dananya” yang merupakan tanggapan dari ungkapan “cantik dari sananya” yang beredar di masyarakat, yang mengandung makna bahwa seseorang yang cantik sejak lahir, cantik secara alami. Selain itu, Dosen Kecantikan juga menyisipkan pengalaman pribadi yang terkesan ironis pada konten-konten yang dibuatnya sehingga audiens tidak hanya terpapar informasi terkait suatu produk semata, tapi juga terhibur melalui *story telling* yang menarik.

Melalui tayangan video yang ada di akun TikTok Dosen Kecantikan disajikan informasi lengkap terkait berbagai produk dan prosedur kecantikan secara lebih jelas, berikut proses *step by step*nya, apa saja yang harus disiapkan, hingga rekomendasi *brand* kosmetik maupun klinik kecantikan yang terpercaya, yang juga menjadi tempat Dosen Kecantikan menjalani berbagai perawatan kecantikannya. Melalui konten video tentang prosedur kecantikan memberikan banyak

perkembangan atas menjulangnya jumlah pengikut baru, penonton, hingga bentuk interaksi lainnya di tiap konten yang diunggahnya. Melalui konten perawatan kecantikan yang dilakukannya, Dosen Kecantikan menuai berbagai respon, baik pro dan kontra, khususnya terhadap penampilannya setelah melalui berbagai tindakan prosedur kecantikan. Beberapa pengguna yang berinteraksi berpendapat bahwa penampilannya alih-alih menjadi lebih baik, justru menjadi lebih aneh dan tidak natural, namun tidak sedikit audiens yang memberikan tanggapan positif terhadap hasil penampilan Dosen Kecantikan setelah melalui tindakan prosedur kecantikan di klinik kecantikan profesional. Dua tayangan konten video singkat TikTok dari Dosen Kecantikan dengan *caption* "cantik dari sananya ❌ cantik dari dananya ✅" yakni pada saat Dosen Kecantikan menjalani prosedur kecantikan *botox* dan *HIFU* serta *rhinoplasty*.



**Gambar 1.2** Konten proses tindakan *botox* dan *HIFU* Dosen Kecantikan  
(Sumber: akun TikTok @dosenkecantikan)

Selain itu juga ada video *Rhinoplasty* di Korea, dan video singkat dengan *caption* “menyala salonpas 150jt ku” di mana Dosen Kecantikan menjalani prosedur sedot lemak dan video *lip filler* dipilih peneliti untuk nantinya dianalisis. Penulis akan menganalisis video konten TikTok Dosen Kecantikan secara umum, namun keempat video yang sudah penulis sebutkan sebelumnya dirasa mewakili berbagai jenis prosedur kecantikan yang dijalani oleh Dosen Kecantikan.



**Gambar 1.3 Respon Dosen Kecantikan pada pertanyaan terkait tindakan sedot lemak**  
(Sumber: akun TikTok @dosenkecantikan)

Dari empat video ini peneliti melihat bagaimana Dosen Kecantikan memberikan pengalaman tersendiri bagi audiensnya melalui video terperinci tentang prosedur kecantikan yang diambil bahkan secara *real-time* mulai dari sebelum, pada saat, hingga pasca tindakan prosedur kecantikan yang membuat audiens seolah mengalami sendiri proses yang dilalui untuk menjalani prosedur kecantikan tertentu. Penulis melihat wacana yang dibangun pada konten-konten Dosen Kecantikan terhadap konsep kecantikan ideal. Wacana ini dikonstruksikan

dengan bulatan aktivitas prosedur kecantikan seperti tindakan *botox*, operasi plastik dan prosedur yang hanya bisa dilakukan di klinik kecantikan profesional yang menjadi ciri khas akun TikTok Dosen Kecantikan. Ini menjadi daya tarik bagi audiens untuk melihat konten ini dan memungkinkan wacana yang dibangun melekat di benak audiens. Hal ini menjadi alasan penulis dalam mengulik bagaimana konten-konten modifikasi tubuh pada akun TikTok Dosen Kecantikan dapat menarik perhatian sejumlah besar audiens, yang dapat dilihat dengan jelas dari angka *engagement* dan interaksi pada akun TikTok Dosen Kecantikan. Melalui metode digital *discourse analysis* (analisis wacana digital), penulis akan mengungkap bagaimana wacana digital terhadap modifikasi tubuh yang terbentuk pada akun TikTok Dosen Kecantikan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: bagaimana wacana digital terhadap modifikasi tubuh perempuan pada konten di akun TikTok Dosen Kecantikan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana wacana digital terhadap modifikasi tubuh perempuan pada konten video pada akun TikTok Dosen Kecantikan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi khususnya analisis wacana digital dari agenda modifikasi tubuh perempuan yang dibangun melalui konten video di TikTok sebagai salah satu platform media sosial, serta dapat menjadi sumber rujukan mahasiswa Ilmu Komunikasi selanjutnya untuk penelitian kualitatif khususnya kajian analisis wacana digital pada konten video di TikTok.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat pemahaman praktis bagi masyarakat khususnya mahasiswa di bidang Ilmu Komunikasi dalam melakukan pemaknaan terhadap teks media, serta diharapkan dari penelitian ini masyarakat mampu lebih bijak dalam menyikapi isu sosial yang terkandung dalam pesan teks media.