

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Masyarakat modern memiliki standar untuk menentukan apakah seseorang dianggap menarik secara fisik. Standar ini biasa disebut sebagai standar kecantikan. Standar kecantikan dalam masyarakat modern adalah topik menarik yang tidak pernah kehabisan bahan untuk dibahas, layaknya sinetron yang selalu punya episode baru. Era sosial pada masa kini yang didominasi media sosial dan iklan sering kali merepresentasikan citra kecantikan dalam bentuk yang tidak realistis, menciptakan bentuk tekanan bagi masyarakat, terutama perempuan untuk memenuhi ekspektasi tersebut (Perloff, 2017).

Standar kecantikan juga memiliki fungsi sebagai alat sosial yang dapat mempengaruhi interaksi dan hubungan antar individu. Terdapat keuntungan jika seorang individu dapat memenuhi standar kecantikan. Orang yang dianggap menarik dan sesuai dengan standar kecantikan sering kali mendapatkan perlakuan yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan (Langlois & Roggman, 1990).

Gempuran media sosial dan iklan membuat kita sering kali terjebak dalam perangkap citra ideal yang ditawarkan oleh Hollywood. Kecantikan diukur menggunakan parameter boneka *Barbie*, semakin mirip maka akan dikategorikan semakin cantik (Alidia, 2018). Berdasarkan penelitian yang diterbitkan dalam *Body Image*, lebih dari 80% perempuan merasa tidak puas dengan penampilan fisik mereka.

Standar kecantikan Hollywood menjadi arus utama secara global. Arus utama dalam konteks sosial dan media, merujuk pada pemikiran, nilai, dan praktik yang paling umum dan diterima dalam suatu masyarakat. Sederhananya ini adalah pandangan mayoritas yang disebarluaskan dan menjadi budaya populer. Standar kecantikan Hollywood seolah menjadi mata uang kecantikan yang diakui menyeluruh di dunia. Tren media sosial, industri hiburan, iklan menyebar dan mengakar lebih cepat dalam budaya di seluruh dunia. Obsesi industri terhadap tubuh ramping, fitur eropa, dan kesempurnaan tanpa penuaan. Studi-studi seperti yang diterbitkan dalam *International Journal of Cosmetics Science* mengungkapkan bagaimana imperialisme budaya ini terwujud, menunjukkan bahwa 74% perempuan di 10 negara merasa tertekan untuk mengubah penampilan alami mereka agar sesuai dengan standar ideal media Barat, membuktikan bahwa doktrin kecantikan Hollywood lebih mudah menyebar (Aparicio et al., 2019).

Beberapa tahun terakhir, kita mengalami pergeseran standar kecantikan menuju penerimaan keberagaman bentuk tubuh dan tampilan, gerakan kampanye *body positivity* telah mengajak kita untuk merayakan keunikan individu. Laporan dari *Dove Self-Esteem Project*, kampanye yang menekankan keindahan dalam berbagai bentuk dan ukuran telah membantu meningkatkan rasa percaya diri di kalangan perempuan muda (Madrano, 2016). Meskipun standar kecantikan masih ada, masyarakat dan media memiliki kekuatan untuk merobohkan standar kecantikan sebelumnya. Berdasarkan kampanye tersebut pentingnya standar kecantikan dalam masyarakat modern tidak hanya terletak pada pengaruh yang

negatif, tetapi juga pada potensi menciptakan perubahan positif untuk mendorong penerimaan terhadap diri yang lebih besar.

Penggambaran perempuan dalam media, khususnya film telah mengalami perjalanan panjang dalam masyarakat. Film memvisualisasikan perempuan dalam cermin distorsi yang menimbulkan kontradiksi, sebuah ruang di mana karakter perempuan diidealkan, direndahkan, dirayakan, dan diobjektifikasi secara bersamaan. Sejak *golden era* Hollywood hingga saat ini dimana populernya era *streaming* dan media sosial, perempuan terperangkap dalam realitas paradoks di dalam layar. Perempuan diharapkan untuk mewujudkan standar kecantikan dan moralitas yang tidak masuk akal atas narasi buatan laki-laki. Obsesi industri film dengan konsep muda dan daya tarik kolot menciptakan realitas menyimpang (Lauzen, 2025). Karakter perempuan dengan usia di atas 40 tahun jarang menjadi karakter utama, hanya sekitar 15% dari protagonis dalam film top tahun 2022. Sementara aktor laki-laki berkembang hingga usia 60 tahun-an.

Berdasarkan realitas dunia sinematik ini, mengalir ekspektasi sosial di dunia nyata, dengan penelitian yang menunjukkan paparan representasi stereotip secara signifikan mempengaruhi persepsi penonton tentang kemampuan dan peran perempuan dalam masyarakat. Namun, di tengah keadaan yang meresahkan ini dalam konteks representasi perempuan, film *The Substance* (2024) seperti angin segar dalam dunia perfilman. Dalam film *The Substance* perempuan memegang kendali narasi, sinema menjadi alat membongkar kontradiksi antara film dan dunia nyata. Dengan kemunculan tema film seperti ini layar sinema menjadi usaha

membongkar penjara ekspektasi menjadi medan pertempuran untuk representasi yang autentik.

Film menjadi penting dan signifikan, ini karena merekam dan menggambarkan masyarakat, bentuk representasi atas nilai-nilai, kepercayaan dan pengalaman yang tersebar di tengah kehidupan. Film menyediakan teks budaya dan media massa yang vital, merefleksikan dan membentuk kepercayaan, nilai, norma. Film menjadi media *storytelling* yang kuat, menawarkan wawasan tentang kesadaran kolektif suatu masyarakat. Analisis film sebagai teks budaya memungkinkan kita untuk memahami kompleksitas identitas, gender, ras, kelas. Pembelajaran film sebagai teks budaya juga mengakui potensi film untuk menginspirasi perubahan dan menumbuhkan empati di dunia yang semakin terhubung.

Media massa memainkan peran penting juga sebagai hiburan, dalam konteks ini film ditayangkan melalui layar lebar. Evolusi teknologi telah mengubah cara masyarakat mendapat hiburan serta juga cara mengaksesnya. Penonton mengonsumsi konten sinematik dari teater tradisional atau bioskop hingga platform *streaming*, membuat film menjadi lebih mudah diakses dari pada sebelumnya. Dunia hiburan film telah didemokratisasi, ini memungkinkan beragam cerita, isu, suara dijangkau lebih banyak khalayak bahkan secara global, melampaui batas geografis dan budaya.

Pertumbuhan dan penyebaran media massa dalam konteks film juga menimbulkan suatu tantangan dan pertanyaan terkait dengan kualitas, serta keragaman konten yang tersedia. Dalam konteks sosial dan media biasa disebut

sebagai *mainstream*. Film *mainstream* sering mendominasi *box office*, lebih jauh algoritma dan strategi pemasaran yang berlaku di dunia perfilman dapat menciptakan ruang gema, membatasi masyarakat terpapar narasi yang lebih luas. Dengan demikian, menjadi penting untuk memahami hubungan antara media massa, akses film ke layar lebar untuk mengenali peluang tantangan yang mungkin muncul dan berkontribusi membentuk pengalaman kolektif masyarakat. Pengalaman kolektif berupa representasi menjadi hal paling mendasar untuk mempengaruhi budaya masyarakat.

Pada tahun 2024 penelitian oleh *Center for The Study of Women in Television & Film* menunjukkan persentase perempuan sebesar 42% sebagai tokoh protagonis utama pada 100 film terlaris di Amerika Serikat. Angka tersebut sama dengan persentase gender laki-laki sebagai tokoh protagonis utama yang juga sebesar 42%. Sisanya 16% menunjukkan ansambel atau sekelompok musisi yang bermain musik bersama-sama. *The USC Annenberg Inclusion Initiative (AAI)* sebagai lembaga yang berfokus dalam studi terkait keberagaman dan inklusi dalam dunia hiburan di *University of Southern California (USC)* menemukan fakta bahwa 54% dari 100 film *box office* teratas merepresentasikan perempuan sebagai karakter utama. Fakta ini merepresentasikan lonjakan signifikan sebesar 80% dari laporan tahunan 2023 yang hanya sebesar 30% juga peningkatan sebesar 170% dari tahun 2007 yaitu hanya sekitar 20% representasi perempuan sebagai karakter utama. Ini merupakan rekor tertinggi kesetaraan gender mencapai film terlaris berdasarkan pernyataan Stacy L. Smith yang merupakan *founder* dari *The Annenberg Inclusion Initiative*. Bahkan pada tahun 2024, top tiga dari lima film teratas dengan karakter

utama seorang anak perempuan atau perempuan. Kenyataan ini menjadikan perempuan tidak lepas dengan standar kecantikan. Representasi perempuan pada industri perfilman menjadi tolak ukur standar kecantikan itu sendiri (Lauzen, 2024).

Perempuan masih sering menjadi objek penilaian dan konstruksi yang tidak adil hingga saat ini. Konstruksi tersebut juga telah meresap ke dalam seni dan budaya yang kita jalani sehari-hari (Arya & Kusuma, 2025). Dampak standar kecantikan terhadap identitas psikologi perempuan telah muncul sebagai isu sosial yang signifikan dalam masyarakat kontemporer. Standar-standar ini yang sering dipertahankan oleh media dan narasi budaya, memberlakukan ekspektasi yang tidak realistis terhadap penampilan perempuan, yang mengarah pada berbagai konsekuensi psikologis, termasuk kecemasan, depresi, dan dismorfia tubuh berdasarkan Laporan Kecantikan Global Dove, 2023: 78% perempuan merasa tertekan untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis (Madrano, 2016). Ketergantungan masyarakat pada kecantikan fisik memperkuat ketidaksetaraan sistemik dan norma patriarkal yang mengaitkan nilai perempuan dengan penampilan mereka.

Film *The Substance* (2024) karya Coralie Fargeat telah menarik perhatian global, dengan lebih dari 2,3 juta penonton di seluruh dunia dan menjadi kandidat mengejutkan di Oscar dengan lima nominasi, yaitu *Best Picture*, *Best Director*, *Best Original Screenplay* untuk Coralie Fargeat, *Best Actress*, dan *Best Makeup and Hairstyling* (Keslassy, 2025). Film horor ini berfungsi sebagai studi kasus yang relevan, tidak hanya karena kesuksesan komersialnya tetapi juga karena kritiknya yang tajam terhadap kompleksitas industri kecantikan.

Plot film ini, berpusat pada Elisabeth Sparkle (Demi Moore), seorang bintang yang ketenarannya memudar. Elisabeth menjalani transformasi *grotesque* yaitu penggambaran yang mengerikan, aneh, juga satir untuk mendapatkan kembali masa mudanya. Pengalaman ini mencerminkan tekanan nyata yang dihadapi perempuan di industri hiburan. Pemilihan film ini sebagai film horor yang dinominasikan Oscar, sebuah genre yang secara historis diabaikan oleh Akademi menegaskan dampak budaya yang revolusioner dan relevansinya dengan diskursus feminis (Verhoeven, 2025). Dengan membingkai kecantikan sebagai zat yang secara harfiah mengonsumsi penggunanya, film ini mengungkapkan kekerasan yang tertanam dalam standar kecantikan masyarakat.

Pemilihan *The Substance* sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa alasan utama. Pertama, film ini dirilis di tengah dorongan feminis yang semakin kuat terhadap standar kecantikan yang tidak realistis. Hal ini seperti yang terlihat dalam gerakan *#FreeTheNipple* yaitu kampanye sosial dan gerakan feminis yang mengadvokasikan pengurangan anggapan yang *sexualizing* dan menstigmatisasi payudara perempuan. dan *body positivity* yaitu penerimaan dan apresiasi seluruh bentuk tubuh, ukuran, bentuk, dan kemampuan terlepas dari standar kecantikan. Kedua, nominasi Oscar yang diterima film ini menantang stereotip bahwa film horor adalah seni “rendahan,” menunjukkan bahwa genre ini dapat menyampaikan pesan yang mendalam dan relevan. Terakhir, film ini menggunakan elemen horor tubuh untuk mengkritik eksploitasi patriarkal, sebuah taktik yang telah dipuji oleh para akademisi dalam kajian feminis, seperti yang dibahas dalam *Feminist Media Studies, Vol. 12, 2024*. Dengan demikian, *The*

*Substance* tidak hanya menjadi karya seni yang menarik, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mengeksplorasi isu-isu penting dalam konteks feminisme dan representasi kecantikan.

Analisis semiotika pada penelitian ini menguraikan bagaimana *The Substance* dalam narasi dan visualisasinya menyelami peran Hollywood dalam mempertahankan standar kecantikan ideal yang merugikan perempuan. Narasi seperti kontrol korporat atau bos laki-laki Amerika terhadap norma kecantikan menjadi menarik untuk dipelajari. Sedangkan pada visualnya perubahan transformasi yang mengerikan dan penggambaran bagaimana proses perempuan memenuhi standar kecantikan tersebut. Dampak film ini di dunia nyata terlihat: setelah pemutaran perdana, pencarian *Google* untuk “risiko bedah plastik” melonjak 200% (*Google Trends*, 2024), menunjukkan kekuatannya untuk mempengaruhi kesadaran publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian ini. Bagaimana standar kecantikan Hollywood dikonstruksikan pada film *The Substance* (2024)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari peneliti dalam mengambil topik penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana konstruksi standar kecantikan Hollywood dibangun dalam film *The Substance* (2024) melalui pendekatan semiotika John Fiske.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Menambah wawasan akademik terkait standar kecantikan Hollywood dalam studi media dalam film
2. Mengaplikasikan pendekatan semiotik sebagai metode analisis untuk memahami makna dan tanda dalam karya audiovisual yaitu film
3. Berkontribusi pada kajian budaya populer, terkait bagaimana media dapat mempengaruhi konstruksi standar kecantikan Hollywood dalam film di masyarakat

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan referensi bagi pembuat film, sineas, atau penulis skenario untuk menciptakan karakter dan realitas naratif film yang mendekonstruksi standar kecantikan Hollywood
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama penonton film tentang isu standar kecantikan dan relevansinya dalam kehidupan modern
3. Bahan diskusi dan refleksi bagi para pendidik, aktivis, atau komunitas feminis dalam memahami konstruksi standar kecantikan Hollywood dalam media khususnya film
4. Membantu mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik pada kajian semiotik dan feminisme sebagai referensi dalam penelitian serupa