

Konsepsi kecantikan di media massa : studi kasus Majalah Cosmopolitan Indonesia 2002-2003

Massaile, Funna Maulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82004&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini konsepsi kecantikan didefinisikan dalam berbagai cara, seseorang mengatakan konsepsi cantik itu adalah yang berwajah mulus bebas jerawat dan memiliki rambut panjang, Lainnya mengatakan cantik itu adalah jika memiliki tubuh yang kurus dan langsing, dengan payudara yang besar. Jawaban setiap orang akan berbeda, akan tetapi konsepsi kecantikan masa kini ditentukan oleh media massa, definisi-definisi yang beragam tersebut (kemudian) memang sudah diterima secara umum karena begitulah yang sering ditampilkan oleh media massa demi kepentingan penjualan produknya yang lebih sering ditampilkan seolah-olah demi kepentingan wanita. Sehingga kemudian menjadi pertanyaan yang cukup penting adalah bagaimana konsepsi kecantikan yang ditampilkan di media massa modern.

Menggunakan majalah Cosmopolitan sebagai obyek dari penelitian ini, alasan pemilihan majalah Cosmopolitan adalah karena majalah ini di Indonesia simbol dari majalah wanita modern, simbol modern ini dikarenakan majalah ini adalah majalah lisensi asing dan secara historis merupakan majalah lisensi asing pertama yang masuk ke Indonesia, dan secara ekonomis, sebagaimana seperti di negara asalnya Amerika, majalah ini menjadi best-selling. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsepsi kecantikan yang dihadirkan di media massa dan menggambarkan bagaimana majalah cosmopolitan membongkar konsep kecantikan, selain itu juga untuk mengungkap ideologi apa yang ada dibalik konsep kecantikan yang dihadirkan media.

Kerangka pemikiran yang melandasi penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan feminis dan kritis, kajian kritis berupaya membongkar realitas dari budaya kapitalis yang berasal dari pemikir dari aliran frankfurt school sedangkan pendekatan feminis yang digunakan adalah feminis sosialis yang menganggap bahwa penindasan terhadap perempuan bukan hanya didominasi patriarki tetapi juga kapitalis. Paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis yang bersifat kualitatif dengan dengan metode analisis critical discourse analysis Norman Fairclough yang terbagi menjadi tiga dimensi: analisa teks, analisa wacana dan analisa konsumsi teks. Adapun didalam analisa intertekstualnya digunakan konsep framing Gamson dan Modigliani.

Framing Gamson dan Modigliani dilakukan pada berita yang menampilkan konsepsi kecantikan. Setelah dilakukan pengamatan menyeluruh terhadap majalah Cosmo edisi 200-2003 maka dipilih berita isu kecantikan yang sering dimunculkan sebanyak tujuh buah, semuanya berasal dari rubrik tetap majalah Cosmopolitan.

Kesimpulan yang didapat adalah bahwa konsepsi kecantikan yang ditampilkan oleh media massa modern adalah dengan eksploitasi tubuh. Tubuh dijadikan komoditi dan dicitrakan sebagai sempurna, konsep

kecantikan di majalah cosmo dibingkai dengan nilai-nilai sensualitas dan dalam rangka promosi produk, kecantikan pada majalah Cosmo adalah pelayanan terhadap konsumerisme akan produk kecantikan yang berasal dari luar negeri.

Perspektif feminis sosialis melihat bahwa karena majalah melayani kepentingan wanita pembaca dan kepentingan bisnis, maka majalah modern yang tadinya alih-alih membantu mengangkat posisi wanita justru malah sebaliknya menyebabkan wanita terdorong kedalam posisi yang lebih tertindas lagi didalam budaya patriarki, wanita disibukkan urusan mempercantik diri yang tujuannya hanya sebagai pajangan, disamping itu pembodohan ini dimanfaatkan oleh kapitalis, wanita sudah tidak lagi berpikir untuk terjun kedunia publik dikarenakan kesibukan berbelanja produk kapitalis.