



Available online at journal.unhas.ac.id/index.php/HJS

HASANUDDIN JOURNAL OF SOCIOLOGY (HJS)

Volume 4, Issue 2, 2022
P-ISSN: 2685-5348, E-ISSN: 2685-4333

Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Dalam Media Sosial Instagram @Projectpuanid

Representation of Indonesian Women's Beauty in Social Media Instagram @Projectpuanid

Rani Ika Wijayanti¹ dan Anggi Yus Susilowati^{2}*

¹ IAIN Syekh Nurjati Cirebon; ranwij@syekhnurjati.ac.id
² IAIN Syekh Nurjati Cirebon; anggiyuss@syekhnurjati.ac.id

* Penulis korespondensi: anggiyuss@gmail.com; Tel.: +82-821-8844-4117

ARTICLE INFO

How to Cite:

Wijayati, R. I., & Susilowati, A. Y. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Dalam Media Sosial Instagram @Projectpuanid. *Hasanuddin Journal of Sociology (HJS)*, 4(2), 102-118.

Keywords:

Beauty representation, social media, semiotic

Kata Kunci :

Representasi kecantikan, Media sosial, Semiotika

ABSTRACT

This study aims to determine the representation of Indonesian female's beauty in Project Puan. This study uses a qualitative approach with purposive sampling as observation data collection techniques on the @projectpuanid's Instagram account. The analytical method that used is Roland Barthes' semiotic theory. The results of the study show that this account represents women's beauty differently as usually shown in media. Female's beauty according to this account is hers who have diversity in physical form due to different racial factors.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi kecantikan perempuan Indonesia yang ada dalam Project Puan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data purposive sampling dan observasi pada akun Instagram @projectpuanid. Metode analisis yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini merepresentasikan kecantikan perempuan Indonesia secara berbeda dari standar yang sering ditampilkan di media selama ini. Perempuan yang cantik menurut akun ini adalah perempuan yang memiliki keberagaman dalam bentuk fisik karena faktor ras yang berbeda.

1. PENDAHULUAN

Dikenal sebagai negara yang kaya, kekayaan Indonesia tidak hanya dilihat dari sumber daya alamnya saja tetapi juga kaya akan keragaman suku bangsa dan budaya. Hal ini didukung

oleh data yang menyatakan bahwa ada sekitar 1340 suku bangsa di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik hingga bulan September 2020 tentang Sensus Penduduk 2020, jumlah penduduk Indonesia kini terhitung mencapai angka 270 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 136,66 juta jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 133,54 juta jiwa. (Badan Pusat Statistik Kota Batu, 2021).

Keberagaman yang dimiliki Indonesia ini sejalan dengan pemikiran Furnivall yang menyebutkan bahwa struktur masyarakat Indonesia adalah masyarakat majemuk yang memiliki beragam lapisan sosial (Rahayu, 2017). Masyarakat adalah sebuah kumpulan dari individu-individu yang menetap dan berinteraksi di lingkungan tertentu dalam waktu yang lama, berbagi dan memiliki sejarah, budaya, adat istiadat yang sama (Rahmadhani, n.d.). Dari definisi masyarakat di atas, ada perbedaan di masyarakat Indonesia yang kemudian dikonstruksi secara sosial sehingga membentuk sekat-sekat sosial yang antara lain terdiri dari agama, jenis kelamin, ras, suku bangsa, adat istiadat.

Akibat dari jalinan sosial yang dilakukan masyarakat secara terus menerus maka terbentuklah diferensiasi sosial. Meminjam definisi dari Soerjono Soekanto, diferensiasi sosial adalah keanekaragaman yang terbentuk di masyarakat akibat adanya interaksi yang terus menerus (Umanilo, 2014). Secara geografis, letak Indonesia yang diapit antara dua samudera dan dua benua menyebabkan Indonesia menjadi titik temu atau *melting pot* kebudayaan dunia. Hal ini juga memungkinkan adanya peleburan ras-ras di dunia yang membawa ciri fisik masing-masing menjadi bentuk manusia Indonesia yang ada saat ini.

Jika ditelusuri hingga zaman nenek moyang, ras yang mendiami Indonesia dari Sabang sampai Merauke diklasifikasikan menjadi beberapa golongan ras. Pada umumnya, ras yang tersebar di Indonesia dan sering dijumpai adalah Ras Malayan-Mongoloid, Ras Melanesoid, Ras Asiatic-Mongoloid dan Ras Kaukasoid-Indic yang secara kasat mata memiliki ciri fisik berbeda (Fuadi, 2020).

Dari berbagai macam ras ini membawa ciri khas masing-masing seperti warna kulit, warna rambut, bentuk rambut, tinggi badan, bentuk badan, bentuk organ tubuh seperti mata, hidung, telinga, dan lain sebagainya. Secara fisik, Ras Kaukasoid memiliki ciri khas seperti berkulit putih, berbadan tinggi besar, memiliki rambut tebal seringkali berwarna pirang, coklat hingga hitam, warna mata beragam seperti biru, hijau dan coklat. memiliki hidung mancung dan bibir tipis. Ras ini sebagian besar tinggal di daerah Eropa, Afrika Utara, Timur Tengah

dan Asia Barat.



Gambar 1.
Ras Kaukasoid

Kemudian ada juga Ras Negroid yang memiliki ciri fisik berkulit coklat hingga hitam, memiliki rambut berwarna hitam dengan tekstur keriting, berpostur pendek hingga sedang, memiliki hidung kecil dan bibir tebal, warna mata coklat hingga hitam. Ras ini sering bertempat tinggal di daerah Afrika dan sebagian Asia.



Gambar 2.
Ras Negroid

Selanjutnya adalah Ras Mongoloid yang memiliki ciri fisik kulit berwarna kuning langsung, rambut berwarna hitam, postur tubuh sedang, mata berwarna coklat hingga hitam lurus, memiliki ukuran bibir dan hidung sedang, ada yang bermata sipit hingga besar. Ras Mongoloid ini bertempat tinggal di mayoritas daerah Asia, Oseania, dan Amerika Selatan.



Gambar 3.
Ras Mongoloid

Dari hal tersebut maka wajar apabila terjadi perbedaan yang nyata dalam setiap individu tidak peduli laki-laki maupun perempuan. Perbedaan fisik utamanya pada diri seorang perempuan di Indonesia menjadi sebuah hal yang selalu menjadi perdebatan. Konsep kecantikan selalu dilekatkan pada bentuk ragawi dari seorang perempuan yang terpatok pada sebuah standar yang terkonstruksi di masyarakat. Pandangan setiap orang terkait konsep kecantikan berbeda. Artinya, apa yang dianggap cantik oleh seseorang, belum tentu sama dengan pandangan orang lain.

Representasi Kecantikan Perempuan

Konsep tentang standar kecantikan di masyarakat juga mengalami evolusi. Evolusi standar kecantikan masyarakat sudah muncul sejak 24.000 hingga 22.000 SM. Kecantikan perempuan di zaman paleolitikum ini dinilai dari bentuk tubuh yang sehat dan besar. Hal ini kemudian diidentikkan dengan kesuburan, sehingga perempuan cantik adalah perempuan yang mampu melahirkan banyak keturunan. Kemudian standar ini berubah lagi di periode 500-300 SM pada era Yunani kuno. Perempuan cantik adalah perempuan yang memiliki wajah simetris, memiliki pinggul dan payudara yang besar dan perut sedikit buncit seperti yang sering dilihat dalam seni patung periode tersebut.

Di era modern standar kecantikan perempuan berubah lagi. Di tahun 1960-an, muncul trend yang memuja tubuh kurus seperti bintang Twiggy adalah tubuh yang ideal. Trend tubuh kurus ini masih berlangsung sampai dekade 1980 hingga 1990-an. Muncul istilah seperti *Heroine Chic*, yaitu sosok perempuan yang kurus dan pucat seperti pecandu narkoba adalah standar yang dipuja-puja ketika itu.

Hari ini perempuan bisa dianggap cantik di masyarakat apabila memiliki kriteria tertentu seperti bentuk tubuh yang langsing, tinggi, rambut hitam lurus, kulit putih bersih, hidung mancung, mata yang besar, tidak memiliki bekas jerawat ataupun *stretch marks*, dan lain sebagainya. Maka sudah menjadi rahasia umum bahwa perempuan selalu berlomba-lomba untuk memenuhi konsep tersebut. Apabila perempuan gagal untuk memenuhi kriteria tersebut maka mereka mendapatkan label “perempuan kelas dua” (Sicca, 2020).

Saat ini terjadi pergeseran makna perempuan cantik yang ditampilkan di Instagram. Perempuan sebenarnya sadar akan standar kecantikan yang mengutamakan keindahan fisik seperti kulit putih, rambut hitam lurus, wajah cantik dan sebagainya. Tetapi kini perempuan

menganggap bahwa semakin banyak kesempatan untuk mengembangkan potensi yang akan meningkatkan kepercayaan dirinya. Ketika perempuan dianggap kurang dari segi fisik, ada faktor *inner beauty* yang tidak kalah penting untuk dicitrakan. Sehingga semakin lengkap juga konsep kecantikan perempuan dari luar dan dalam diri mereka (Chika Ananda Putri Irza et al., 2022). Senada dengan hal tersebut, Instagram adalah salah satu media yang digunakan untuk menampilkan citra tersebut. Sebagai sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video, Instagram cukup digandrungi masyarakat Indonesia dengan menempati peringkat ketiga media sosial yang paling banyak digunakan dengan pengguna sebanyak 99,15 juta, setelah YouTube di peringkat pertama dan Facebook di peringkat kedua (Kemp, n.d.). Persentase pengguna Instagram berdasarkan jenis kelamin adalah sebesar 53,1% perempuan dan 46,9% laki-laki (Rizati, n.d.). Berdasarkan fakta tersebut maka perempuan akan menjadi golongan yang lebih banyak mendapatkan penilaian baik secara positif maupun negatif dari unggahan di akun Instagramnya (Mahanani et al., 2021).

Salah satu akun yang ada di Instagram dan sekaligus menjadi objek pembahasan artikel ini adalah Project Puan. Project Puan adalah sebuah *campaign* yang dirintis oleh seorang fotografer perempuan Noline Patricia Malina, dengan identitas akun Instagram @projectpuanid. Tujuan dari dibuatnya Project Puan ini adalah untuk menampilkan pesona perempuan Indonesia yang beragam. Seperti yang tertulis dalam deskripsi akunnya, “#ProjectPuan: Potret 100 Perempuan Indonesia. Bersama kita leburkan stereotipe dan stigma. Bersama kita rayakan ragam. Dari Puan, untuk Puan”.

Penelitian terdahulu yang penulis jadikan referensi dalam menulis artikel ini menyebutkan bahwa terdapat perbedaan konsep kecantikan perempuan di Instagram yang dimaknai oleh pengguna Instagram laki-laki dan perempuan. Laki-laki cenderung menilai kecantikan dari bentuk fisik dan gaya penampilan. Berbeda dengan perempuan yang menilai kecantikan adalah perpaduan dari kecantikan fisik yang ditunjang dengan sikap yang santun dan memiliki prestasi (Charunia, 2018).

Penelitian selanjutnya menyebutkan bahwa, kecantikan perempuan di media sosial kini direpresentasikan dengan lebih beragam. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa memiliki kondisi fisik khusus seperti kulit albino, rambut berlebih dan tanda lahir di seluruh tubuh tidak

menghalangi perempuan untuk menampilkan citra positif di media sosial. Perempuan tetap bisa dianggap cantik dengan tetap percaya diri dan memiliki rasa penerimaan diri yang luar biasa (Pratama et al., 2022).

Project Puan mencoba menampilkan sosok 100 orang perempuan Indonesia yang memiliki perbedaan bentuk fisik karena keberagaman suku dan ras. Akun ini menawarkan wacana baru terkait representasi kecantikan yang ditawarkan kepada publik dengan melihat dan memaknai kembali kecantikan perempuan Indonesia yang alami. Hal inilah yang menjadi urgensi mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan.

Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari berbagai objek, kejadian, nilai di masyarakat yang kemudian disebut sebagai tanda. Tanda-tanda yang hadir dalam kehidupan masyarakat ini kemudian saling dipertukarkan antar individu maupun antar kelompok sebagai sebuah metode untuk berkomunikasi yang kemudian disepakati dan membentuk sebuah makna (Wibowo, 2013).

Barthes mengemukakan konsep untuk memahami makna dari sebuah tanda, maka perlu dilakukan dua lapisan sistem pemaknaan yaitu denotasi dan konotasi. Pada sebuah tanda pasti ada penanda dan petanda didalamnya. Penanda adalah perwujudan nyata dari sesuatu yang ingin diteliti dan petanda adalah konsep mental dari sesuatu yang ingin diteliti tersebut.

Pada signifikansi tahap pertama menjelaskan tentang hubungan makna denotasi yang gamblang pada sebuah objek dan makna konotasi yang kehadirannya sering tidak disadari. Kemudian pada signifikansi tahap kedua, tanda tersebut menjadi sebuah mitos yang dipercaya oleh sekelompok masyarakat untuk menjelaskan sebuah peristiwa yang tampak alamiah dan dapat berubah menjadi sebuah ideologi.

Barthes menjelaskan untuk membongkar makna yang ada di dalam sebuah foto bisa menggunakan beberapa tahapan (Aprilita & Listyani, 2016), antara lain:

1. *Trick Effect*: atau efek tiruan yang dapat memanipulasi gambar dengan menambah, mengurangi atau menggabungkan dengan objek lain sehingga menciptakan pemaknaan yang baru
2. *Pose*: sikap, ekspresi dan gaya subjek di depan kamera

3. *Object*: benda-benda pelengkap yang tertangkap kamera dan bermanfaat untuk membangun *image* atau memperkuat pesan yang ingin disampaikan
4. *Photogenia*: teknik pengambilan gambar yang memadukan antara *lighting*, *exposure*, dan teknik-teknik lainnya misalnya *freezing*, *blurring*, *panning* dan sebagainya
5. *Aestheticism*: pengaturan estetika menggunakan komposisi dan pemanfaatan *angle* dan *field of view*
6. *Syntax*: serangkaian makna dari tanda yang terlihat dalam gambar dan memberi arti pada tanda yang lainnya

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan gambaran citra perempuan Indonesia yang ada pada akun Instagram @projectpuanid.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan maksud untuk menyeleksi foto-foto yang memenuhi kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Kriteria foto yang menjadi objek penelitian adalah model di foto tersebut memiliki ciri-ciri fisik yang identik dengan Ras Asiatic-Mongoloid, Ras Malayan-Mongoloid, Ras Kaukasoid-Indic dan Ras Melanesoid dan/atau memiliki jumlah *likes* di atas 500. Penelitian kali ini juga menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai pendekatan penelitian yang bertujuan untuk membedah makna serta mitos tentang kecantikan perempuan Indonesia yang tampil dalam akun Instagram @projectpuanid. Peneliti memilih menganalisis data dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes karena teori ini dianggap dapat membantu untuk membedah makna denotasi, makna konotasi dan mitos yang terkait dengan penanda dan petandanya. Cara untuk menganalisis makna konotasi yang ada adalah melalui tahapan secara fotografis seperti *trick effects*, *pose*, *object*, *photogenia*, *aestheticism* dan *syntax*.

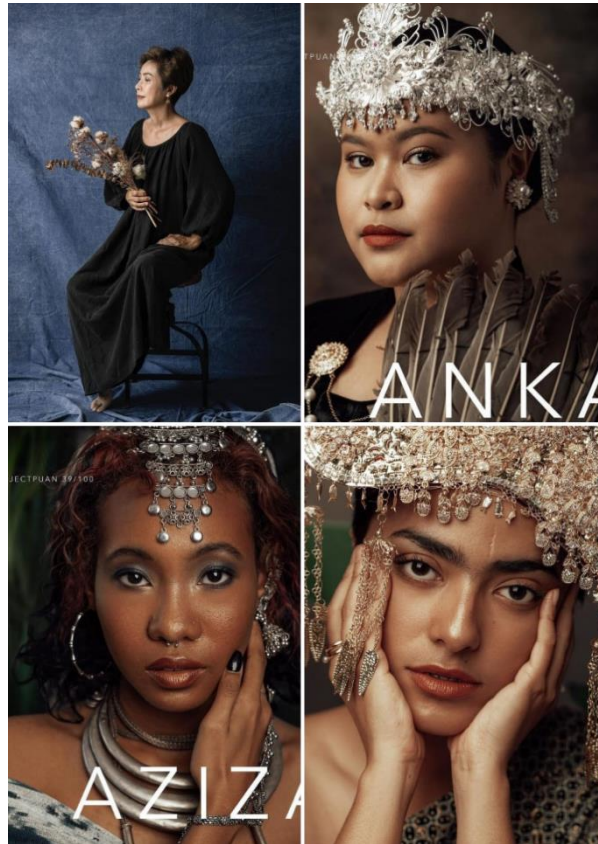
3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti telah mengidentifikasi dan mencoba membedah keseluruhan penanda dan petanda yang ada dalam objek penelitian. Tingkatan pertama pemaknaan sebuah tanda adalah

makna denotasi atau sesuatu yang tampak apa adanya secara kasat mata. Peneliti telah melakukan pengamatan dari tiap foto yang diunggah. Ada sebanyak 309 foto. Dari makna denotasi atau pemaknaan tingkat pertama yang nampak, foto-foto tersebut menampilkan sosok perempuan Indonesia berusia 20-65 tahun yang memiliki ciri-ciri fisik yang sangat beragam. Identitas model seperti nama, umur, narasi tentang identitas atau pengalaman pribadi dari model yang ditulis dalam dua bahasa tercantum dalam *caption* @projectpuanid. Selain itu juga terdapat informasi *hashtag*, *vendor* penunjang foto seperti *wardrobe*, *make up artist*, *crew*, lokasi dan lain-lain. Dari setiap orang yang ditampilkan, masing-masing mendapat tiga slot unggahan yang berurutan. Perempuan tersebut telah mendapatkan berbagai *treatment* seperti penggunaan *wardrobe* atau kostum lengkap dengan aksesoris yang mencirikan asal-usul suku mereka atau yang sesuai dengan identitasnya. Selain itu, mereka juga dirias secara profesional dan dipotret di sebuah *set* yang memperkuat cerita tentang diri mereka.

Selanjutnya peneliti akan melanjutkan tahapan selanjutnya untuk membongkar makna konotasi atau tingkatan kedua pertandaan. Tanda yang sekaligus menjadi fokus kajian ini. Makna konotasi ini adalah sebuah hal yang tidak terpisahkan namun tidak terlihat secara kasat mata. Hal ini merupakan kombinasi menghubungkan simbol-simbol dengan berbagai faktor lain seperti kebudayaan, ideologi, norma dan aturan dari sebuah struktur masyarakat tertentu. Dari makna konotasi inilah selanjutnya dapat diketahui berbagai argumentasi dan mitos yang ada dalam sebuah foto menggunakan enam tahapan fotografis.

Analisis Foto



Gambar 4.
Foto yang menjadi objek penelitian

Gambar di atas adalah gabungan dari empat foto di akun @projectpuanid yang menjadi objek penelitian. Keempat foto tersebut telah dipilih dari 309 buah foto yang terunggah dalam akun tersebut. Foto tersebut terpilih menjadi objek penelitian karena model yang ada di dalam foto tersebut memiliki ciri-ciri fisik yang menyerupai Ras Asiatic-Mongoloid, Ras Malayan-Mongoloid, Ras Melanesoid dan Ras Kaukasoid-Indic yang banyak ditemukan di Indonesia. Selain itu, foto-foto tersebut yang memenuhi syarat jumlah *likes* lebih dari 500 *likes*.

Identitas dari model-model tersebut dari kiri-kanan atas dan kiri-kanan bawah. Model yang berada di bagian kiri atas adalah Sisca (65) yang merupakan ibu dari sang fotografer yang menginisiasi project ini sekaligus menjadi penutup dari 100 orang perempuan yang berpartisipasi. Model pertama ini selanjutnya akan peneliti sebut sebagai Model 1. Foto ini

menjadi objek penelitian karena model tersebut memiliki ciri fisik Ras Asiatic-Mongoloid seperti berkulit putih, mata sipit, memiliki rambut hitam lurus dan berpostur tubuh sedang. Foto ini juga mendapat 1.076 *likes* dari para *followers*.

Model kedua yang berada di kanan atas adalah Ankatama atau dikenal dengan Anka (33). Anka, memiliki ciri-ciri fisik Ras Malayan-Mongoloid seperti memiliki kulit berwarna kuning langsung, bentuk mata dan hidung sedang, dan rambut berwarna hitam. Ia juga memiliki wajah dengan bentuk rahang bulat dan tubuh gemuk. Foto Anka mendapat 967 *likes*. Model kedua ini selanjutnya akan peneliti sebut menjadi Model 2.

Kemudian ada Aziza (21) model yang berada di kiri bawah. Foto ini mendapatkan *likes* sebanyak 654 dan sang model memiliki ciri fisik yang lekat dengan Ras Melanesoid. Ras tersebut memiliki ciri-ciri berkulit gelap, berambut keriting dan bermata lebar. Model ketiga ini selanjutnya akan peneliti sebut menjadi Model 3.

Lalu model yang keempat adalah Hanum (31) di bagian kanan bawah. Tidak terlihat jelas berapa jumlah *likes* untuk foto ini, tetapi ia adalah satu-satunya perempuan Indonesia yang memiliki ciri-ciri fisik seperti Ras Kaukasoid-Indic seperti bermata lebar, alis tebal, hidung mancung dan berkulit putih yang berpartisipasi dalam *project* ini. Model terakhir ini selanjutnya akan peneliti sebut menjadi Model 4.

Keempat foto di atas akan peneliti bedah makna konotatifnya melalui enam tahapan fotografis. Langkah-langkah tersebut diperlukan untuk nantinya mengetahui mitos representasi kecantikan yang bagaimana yang berusaha dibangun oleh sang fotografer.

a. *Trick Effect*

Dari keempat foto tersebut tidak ditemukan penggunaan *trick effect* untuk memanipulasi foto secara signifikan. Yang peneliti temukan adalah *editing* pasca produksi agar tampilan foto terlihat lebih halus dan seimbang dari segi pencahayaan. Selain itu dari pengamatan peneliti, para model semuanya telah melalui proses *make up* agar tampilan model tampak lebih segar di depan kamera dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Model 1 terlihat menggunakan *make up* yang minimalis dan tata rambut natural yang sesuai dengan usia model. Selain berfungsi agar model nampak segar di foto, *make up* dan tata rambut pada model ini juga bisa dimaknai secara konotatif,

penggunaan kosmetik adalah salah satu hal yang lumrah dipakai oleh perempuan. Kosmetik dipercaya dapat menambah rasa percaya diri seorang perempuan tidak peduli berapapun usianya (Wiharsari, 2019).

Model 2 menggunakan *make up* yang minimalis tapi tetap berkarakter dengan menambahkan lipstik berwarna merah. Lipstik merah sering melambangkan keberanian, kekuatan, kepercayaan diri dan kreativitas seorang perempuan (Monica & Luzar, 2011).

Model 3 dirias dengan nuansa warna *silver* di bagian mata, lipstik berwarna coklat dan memakai cat kuku berwarna hitam. Selain membantu keindahan dari segi visual, warna-warna tersebut memperkuat karakter sang model. Dominasi warna *silver* melambangkan sesuatu yang mewah, anggun, bijaksana dan cerdas. Warna ini melambangkan karakter perempuan yang cerdas, bijaksana dan memiliki karakter yang kuat.

Model 4 tampak juga memakai riasa yang minimalis dengan nuansa warna coklat. Warna coklat melambangkan kesederhanaan, santun, hangat, dan ramah. Coklat juga sering dilambangkan dengan bumi. Bumi sebagai simbol kehidupan, begitu pula dengan perempuan yang menjadi awal mula lahirnya kehidupan dan peran perempuan mencetak dan mendidik generasi masa depan.

b. Pose

Secara denotatif, *pose* model 1 adalah duduk tegak di sebuah kursi tanpa sandaran dengan tubuh menghadap ke kanan dan satu kaki ditumpukan pada kursi. Ekspresi yang terlihat pada model hanya tersenyum tipis sambil memejamkan mata. Tangan sebelah kanan memegang bunga kering dan tangan sebelah kiri bertumpu pada kaki. Dari sikap model tersebut bisa ditarik makna konotatifnya yaitu duduk tegak melambangkan seorang perempuan yang kuat dan tangguh ditambah dengan posisi tangan yang melambangkan keluwesan dan keanggunan. Hadap kanan melambangkan perempuan yang berusaha hidup dengan positif. Ekspresi yang

diperlihatkan model juga bermakna bahwa ia merasa bahagia dan bangga menjadi seorang perempuan.

Untuk *pose* model 2, tubuhnya terlihat condong ke kanan dengan bahu kiri agak maju. Ekspresi yang ditampilkan sangat sederhana dengan bibir terkatup, tatapan mata lembut dan dagu diangkat sedikit. Dari *pose* tersebut secara makna konotasi, menunjukkan keanggunan seorang perempuan dengan kecantikan yang terpancar dari wajah dan kesederhanaannya.

Berlanjut ke model 3, pada foto ini *pose* model sejajar lurus dan tatapan mata menghadap ke kamera dengan gestur tangan memegang pipi. Ekspresi model terlihat fokus pada kamera dengan bibir terbuka sedikit. Pada *pose* seperti ini melambangkan seorang perempuan yang punya sisi feminin sekaligus sisi sensualitas dalam dirinya.

Model ke 4 bergaya dengan memiringkan kepalanya ke kiri dengan ditopang oleh dua tangannya. Ekspresi yang ditampilkan adalah ekspresi yang terlihat anggun, *dreamy*, dan tatapan mata yang lembut. Apabila ditarik makna konotasinya, gestur tangan menopang kepala pada umumnya berarti bosan tetapi di foto ini justru membuat orang yang melihat foto itu seolah-olah semakin penasaran untuk mengenal lebih jauh sosok perempuan ini. Maka pesan yang ingin disampaikan adalah jangan mudah menilai seseorang dari luarnya saja. Ada hal-hal lain yang tidak tampak dari luar seperti kepribadian, kecerdasan dan keterampilannya yang membuat seorang perempuan menarik untuk dikenal

c. *Object*

Objek yang terlihat pada model 1 ini sebenarnya tidak terlalu banyak. Ada *backdrop* kain berwarna biru tua, kursi hitam, bunga kering dan baju model *dress* panjang berwarna hitam. Dari segi warna yang dominan di foto ini adalah biru dan hitam. Warna biru adalah warna yang melambangkan ketenangan, kedamaian, kebijaksanaan. Sedangkan warna hitam melambangkan kuat dan tangguh. Warna-warna ini diasosiasikan dengan perempuan juga bisa mandiri, kuat dan tangguh dibalik penampilannya yang sederhana, tenang dan lembut. Model tidak mengenakan alas kaki tetapi hanya memakai *dress* polos panjang yang melambangkan sisi feminin seorang perempuan dan kesederhanaan. Bunga kering yang dipegang berwarna putih melambangkan seorang perempuan yang walaupun sudah tidak lagi muda dan

mungkin sudah tidak sekuat dulu saat masih muda tetapi tetap memiliki kekuatan, keindahan, sifat feminin, tetap cantik di usianya saat ini.

Pada model 2, objek pelengkap dalam foto tersebut antara lain adalah hiasan kepala yang menyerupai Siger dalam budaya Sunda dan anting-anting berwarna perak dan berhiaskan mutiara, bros berwarna emas dan mutiara, dan kipas yang terbuat dari bulu. Kostum yang digunakan adalah atasan kebaya dengan kerah persegi berwarna hitam. Warna emas dan perak melambangkan kemewahan, keagungan, kesuksesan, kekayaan dan kemegahan. Kombinasi warna ini sangat pas jika dikombinasikan dengan perhiasan yang bertahakan mutiara. Mutiara berwarna putih melambangkan kesucian dan kejujuran. Selain itu ada juga warna hitam yang melambangkan kekuatan, keberanian dan kebijaksanaan. Dari makna-makna tersebut dapat disimpulkan bahwa seorang perempuan adalah makhluk yang kompleks. Di satu sisi perempuan memiliki jiwa yang kuat, tangguh, mandiri dan berani sekaligus memiliki kepribadian yang santun, anggun, dan menawan.

Ada beberapa objek penunjang di dalam foto model 3, contohnya aksesoris yang dikenakan model berupa hiasan kepala, anting-anting, kalung, gelang, cincin dan tindik hidung yang semuanya berwarna *silver*. Ukuran dari aksesoris yang dipakai juga cukup besar. Model juga terlihat mengenakan kain tenun kombinasi warna putih, hitam dan biru. Dari warna-warna tersebut dapat dimaknai bahwa seorang perempuan adalah pribadi yang percaya diri, berkarakter, kuat, teguh pendirian, pemberani sekaligus tenang dan selalu waspada dalam kehidupannya.

Dan pada model 4, terlihat aksesoris-aksesoris berwarna emas yang dipakai seperti mahkota dan cincin. Mahkota melambangkan kehormatan dan status sosial yang tinggi. Dikombinasikan dengan warna emas yang melambangkan keagungan, kemewahan, kekayaan, dan kesuksesan. Dari tersebut dapat disimbolkan bahwa perempuan adalah seorang individu yang berharga dan mampu meraih kesuksesan dengan memaksimalkan potensi yang ada pada dirinya.

d. *Photogenia*

Seni pemotretan yang terlihat dalam foto model 1 adalah *normal exposure*

dimana foto terlihat terang yang pas tidak berlebihan atau kurang. Menggunakan *side light* atau arah pencahayaan samping yang jatuh tepat di area wajah sehingga terlihat lebih terang dan lebih gelap di area bawah kanan. Secara keseluruhan, fokus utama dalam foto ini adalah sang model dengan pencahayaan yang terfokus ke arah wajah menunjukkan bahwa seorang perempuan tetap dapat beraura positif, percaya diri, semangat dan bahagia walaupun pasti ada saja masa kelam atau kesulitan dalam kehidupannya.

Untuk model 2 terlihat foto tersebut memiliki *tone* warna coklat yang memberikan kesan klasik dan dikombinasikan dengan *low key lighting* atau pencahayaan yang sedikit redup. Fotografer menggunakan prinsip *oval light* dalam pencahayaan sehingga cahaya datang dari depan dengan sudut 45° sehingga hanya menyinari bagian depan sebatas mata. Penggunaan pencahayaan tersebut bukan tidak mempunyai arti, justru dengan pencahayaan seperti itu menunjukkan keindahan figure muka dari sang model sekaligus menunjukkan kesan klasik, mewah, kuat dan berkarakter.

Aspek *photogenia* dalam foto model 3 adalah penggunaan *lighting* yang mengarah dari depan model atau *front light*. Dengan pemanfaatan cahaya dari depan, maka objek akan terlihat lebih terang daripada di bagian *background*. Hal ini bermaksud agar mata para penikmat fotonya dapat terfokus pada ekspresi, *wardrobe*, dan aksesoris yang dipakai model. Jenis pencahayaan foto ini adalah *low key lighting* yang terlihat agak gelap supaya tercipta kesan misterius, unik dan menonjolkan karakter dari model tersebut.

Kemudian di model 4, teknik pencahayaan menggunakan kombinasi *normal exposure* dan arah cahaya *front light*. Hal ini menimbulkan kesan terang dan hangat pada foto tersebut. Selaras dengan itu, pencahayaan ini dapat memberikan kesan bahwa perempuan dapat memiliki kepribadian yang ramah, hangat dan menyenangkan ketika bergaul.

e. *Aestheticism*

Angle yang digunakan pada pemotretan model 1 adalah *eye level angle* yang sejajar mata dan dikombinasikan dengan *long shot* agar keseluruhan tubuh objek masuk ke dalam *frame*. Komposisi foto yang meletakkan model ditengah menjadikan

model tersebut satu-satunya daya tarik dalam foto tersebut. Hal ini dapat dimaknai ketika mengenal sosok perempuan kenalilah dia secara utuh. Perempuan tidak hanya dilihat dari kecantikan wajahnya saja, tetapi juga dari kemampuannya, kecerdasan, sikap dan perilakunya. Apalagi menjadi seorang ibu pastilah perempuan tersebut telah mengalami banyak pengalaman baik yang menyenangkan maupun menyedihkan dalam hidupnya.

Untuk model 2, model 3 dan model 4 menggunakan *eye level angle* dan memanfaatkan *medium close up shot* yang memperlihatkan kepala hingga sebatas dada. Pada model 2, sudut pandang ini dipilih agar dapat menampilkan figur wajah dari sang model. Terlihat bahwa bentuk wajah model tersebut berbentuk bulat dan tubuh yang berisi. Seringkali perempuan merasa *insecure* dengan bentuk tubuh yang dianggap gemuk. Justru di dalam foto ini ditampilkan dengan apik sekaligus memberikan pesan bahwa sebagai perempuan tidak harus menjadi orang lain untuk mencintai dan bangga atas tubuhnya sebagai pemberian Tuhan yang sempurna.

Biasanya sudut pandang mata yang sejajar dengan kamera ini sering dianggap membosankan. Namun di foto di model 3 ini justru bisa menangkap ekspresi dan figur ragawi sang model dengan baik. Aziza, sang model memiliki warna kulit gelap dan rambut keriting yang seringkali dianggap tidak menarik dan tidak sesuai dengan standar kecantikan yang selama ini digaungkan di media. Indonesia memiliki keragaman suku dan ras yang memiliki keunikan masing-masing. Kecantikan tidak hanya terbatas pada lapisan luar kulit saja. Maka dengan pemanfaatan *angle* dan komposisi tersebut, fotografer mengajak perempuan Indonesia untuk lebih mencintai diri sendiri dan memanfaatkan potensi yang ada di dalam diri terlepas dari warna kulit, ras dan suku.

Lalu pada model 4 pemanfaatan *angle* tersebut dapat menangkap ekspresi dan bentuk wajah model dengan jelas. Terlihat di foto, sang model memiliki guratan bekas luka yang ada di dahinya. Sekaligus memberikan kesan bahwa tidak apa-apa perempuan tidak sempurna fisiknya, jangan jadikan kekurangan pada diri sebagai

penghambat langkah untuk mencapai cita-cita dan memberikan manfaat di masyarakat.

f. Syntax

Rangkaian tanda-tanda yang ada dari keempat foto tersebut menunjukkan bahwa menjadi seorang perempuan di Indonesia bukanlah hal yang mudah. Perempuan seringkali termarginalkan, terbatas aktivitasnya, dan mengalami diskriminasi karena dilihat dari segi fisik. Sudah sepatutnya masyarakat lebih sadar bahwa perempuan Indonesia dengan keberagaman bentuk fisiknya tetap dapat mengaktualisasikan dirinya tanpa harus terbelenggu oleh standar-standar yang tidak masuk akal.

4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa secara denotatif, Project Puan menampilkan 100 sosok perempuan dari berbagai ras dan suku yang ada di Indonesia yang dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan secara fisik maupun atribut yang melekat. Kemudian secara konotatif, Project Puan ini mencoba menghadirkan makna kultural yang baru tentang kecantikan untuk membentuk perspektif baru di masyarakat bahwa cantik tidak hanya milik sekelompok perempuan yang tampil di media mainstream. Seperti kulit putih, wajah mulus tanpa jerawat, rambut hitam lurus dan tubuh yang kurus. Mitos kecantikan yang selama ini ada di masyarakat dibongkar dan dikonstruksikan kembali. Perempuan yang cantik adalah ia percaya diri, menyadari bahwa manusia diciptakan dengan perbedaan fisik yang semuanya sempurna, dan mensyukuri pemberian Tuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial instagram (analisis semiotika roland barthes pada akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pahuan _ girl). *Paradigma*, 04(03), 1–13.
- Badan Pusat Statistik Kota Batu. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. *Berita Resmi Statistik*, 2020(7), 1–8. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Charunia, M. I. (2018). *Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam “Akun Cantik” Instagram (Analisis Resepsi pada Followers Perempuan Akun @bidadarium)*.
- Chika Ananda Putri Irza, Ivan Taufiq, & Hermanto, B. (2022). Konsep Diri Perempuan Cantik Di Instagram. *Medium*, 9(2), 214–224.

- [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8636](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8636)
- Fuadi, A. (2020). *Keragaman dalam Dinamika Sosial Budaya Kompetensi Sosial Kultural Perekat Bangsa*. Deepublish.
- Kemp, S. (n.d.). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Mahanani, M. P., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., & Wibowo, H. (2021). Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman Tentang Standar Kecantikan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 449. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.28134>
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Pratama, H. I., Tabrani, M. F., & Khoirun, I. M. (2022). Menolak Stereotip, Representasi Kecantikan Perempuan pada Iklan Produk Kecantikan Skin Game. *Jurnal Audiens*, 3(4), 290–300. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i4.14565>
- Rahayu, M. (2017). Keragaman di Indonesia dan Politik Pengakuan (Suatu Tinjauan Kritis). *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2).
- Rahmadhani, R. A. (n.d.). *Pengertian Masyarakat Menurut Para Ahli Serta Ciri & Unsur-Usurnya*. Retrieved July 1, 2022, from <https://tirto.id/pengertian-masyarakat-menurut-para-ahli-serta-ciri-unsur-unsurnya-gbbv>
- Rizati, M. A. (n.d.). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Sicca, S. P. (2020). *Perempuan Berdaya: Bagaimana Standar Kecantikan Berevolusi dari Era Primitif hingga Sekarang*. <https://www.kompas.com/global/read/2020/09/30/200554170/perempuan-berdaya-bagaimana-standar-kecantikan-berevolusi-dari-era?page=all>
- Umanailo, M. C. B. (2014). *Stratifikasi dan Diferensiasi Dalam Kehidupan Sosial*.
- Wibowo, I. S. W. (2013). Semiotika komunikasi. In ウィルス.
- Wiharsari, J. C. (2019). *KONSEP KECANTIKAN DAN PEMANFAATAN PRODUK KOSMETIK WAJAH PADA MAHASISWI SURABAYA*.