

Konstruksi Sosial atas Simbol Kecantikan pada Berita Caleg 2024

Vivi Aniq Auvia Hidayani

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

23200012009@student.uin-suka.ac.id

Abstract

Women's involvement in the political stage is still not optimal because they are objects of construction in a patriarchal culture. A construction of beauty is represented through the 2024 Election news media. This research aims to determine the extent to which the media constructs symbols of beauty for women running in the general election. This study uses qualitative methods. The samples from this research are four viral news stories about female legislative candidates from different online news media. By using the framing analysis of the Pan and Kosicki model from the theory of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki, it was found that there is a construction of beauty that is someone who has a white appearance, no acne, light natural make-up, wears a hijab, has neat teeth, and has a beautiful smile. Beauty is then constructed as a reason for people to vote in elections, overriding attention and encouraging individuals to act on the initiative of first impressions.

Keywords : *Beauty, Construction, Framing, Election*

PENDAHULUAN

Pembahasan kontestasi politik pada pemilihan umum sebagai salah satu implementasi negara yang menganut sistem demokrasi selalu dapat menarik perhatian publik. Setiap partai mengusung nama-nama terbaiknya untuk diikutsertakan dalam Pemilu dengan berbagai upaya guna mendulang suara sebanyak-banyaknya. Salah satunya adalah keterwakilan nama perempuan dalam kontestasi politik yang dari waktu ke waktu mengalami peningkatan terutama sejak pemilihan umum (Pemilu) 1999 sampai Pemilu terakhir pada 2024. Pada Pemilu 1999 (9%), Pemilu 2004 (11,8%), Pemilu 2009 (18%), Pemilu 2019 (20,5%), dan Pemilu 2024 (37,7%) (BPS, 2024).

Keterlibatan perempuan ini merupakan dampak dari adanya perbaikan kebijakan afirmasi (*affirmative action*) terhadap perempuan dalam bidang politik yang semakin disempurnakan. Berawal dari pengesahan UU Nomor 68 Tahun 1958 tentang Ratifikasi Konversi Hak Politik Perempuan mengenai jaminan partisipasi hingga UU Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD menyatakan bahwa "Partai Politik dapat menjadi peserta Pemilu setelah memenuhi persyaratan menyertakan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus) keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai politik tingkat pusat" (Kurniawan, 2016). Namun, pada kenyataannya pemenuhan keterwakilan perempuan dalam kepemimpinan tidak dibarengi dengan upaya pemberdayaan perempuan di bidang politik.

Panggung politik yang masih didominasi laki-laki membuat budaya patriarki memengaruhi proses politik, sehingga para calon legislatif perempuan berupaya lebih dalam keberhasilan suara pemilih (Wahyudi, 2018). Konstruksi sosial yang masih terbelenggu nilai sosial dan budaya yang cenderung patriarki melihat perempuan yang maju dalam panggung politik hanya sebagai objek semata dan pelengkap kehadiran calon laki-laki (Gumiandari, 2020). Diksi yang dipilih dalam regulasi Undang-Undang turut merepresentasikan secara implisit bahwa peran perempuan di panggung politik bukanlah suatu keharusan.

Jika membicarakan konstruksi sosial, maka salah satu kekuatan besar yang membentuknya adalah media. Perempuan dan media adalah satu dari 12 bidang yang dibahas dalam Deklarasi dan Platform Aksi Beijing 1995, deklarasi ini menjadi kerangka acuan menganalisis situasi perempuan

di seluruh media dalam kacamata kesetaraan gender dan pemberdayaan. Deklarasi ini menunjukkan upaya serius penguatan perempuan dari berbagai aspek. Salah satu penelitian yang membahas konstruksi sosial yang dibentuk media adalah penelitian mengenai isu kekerasan terhadap perempuan melalui media oleh Sari dkk. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kompas.com lebih terstruktur dalam membangun narasi KBGO, sedangkan Konde.co lebih berani dalam membingkai isu KBGO melalui metode *story telling* (M. D. Sari dkk., 2023). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa media mempunyai dampak yang serius dalam pendidikan melawan kekerasan seksual di masyarakat.

Media sebagai komunikasi politik dibagi menjadi tiga utama yaitu faktor produksi pesan, isi pesan, dan efek pesan (Pureklolon, 2016). Tujuan komunikasi politik yakni memengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Terdapat empat komponen dalam komunikasi politik: (1) Institusi politik dalam aspek komunikasinya, (2) Institusi media dalam aspek politiknya, (3) Orientasi audiens terhadap komunikasi, (4) Aspek *political culture* yang relevan dengan komunikasi (Gurevitch & Blumler, 1977). Institusi media dalam aspek politik yang saat ini kaya akan unsur marketing akhirnya memperkecil ruang perdebatan mengenai ideologi. Terlihat dari foto calon legislatif (caleg) yang tersebar di sepanjang jalan, media cetak, platform media sosial, ataupun media lainnya hanya menonjolkan visual dan minim informasi gagasan ataupun ideologi.

Media politik lebih memberikan kapasitas lebih kepada calon dalam aspek personal. Calon legislatif yang memiliki tampilan menarik, kepribadian, dan kehidupan pribadi adalah produk politik yang menarik untuk diangkat ke media. Standar tampilan menarik pada calon legislatif perempuan berbeda dengan laki-laki. Apabila calon legislatif laki-laki dinilai berdasarkan kharisma dan kesan kepemimpinan yang kuat. Akan tetapi perempuan cenderung diarahkan pada aspek fisiologis yang terkonstruksi (Hafel, 2011).

Konstruksi fisiologis yang paling erat terjadi dalam komunikasi politik aktif yakni penampilan wajah. Terlihat dari media yang lebih laku ketika mengedepankan visual sampai foto yang ada pada surat suara sebagai petunjuk utama bagi para pemilih menampilkan bagian atas tubuh terutama wajah. Wajah ditampilkan sedemikian rupa untuk terlihat menarik meskipun nyatanya tidak sesuai dengan wajah asli.

Kecantikan pada dasarnya memiliki makna yang berbeda antar suku, ras, dan bangsa. Kondisi geografis, budaya, dan globalisasi mempengaruhi definisi kecantikan (Sihabudin, 2022). Peran media yang saat ini begitu masif dalam mengkonstruksi membuat kecantikan seolah memiliki standar tertentu yang digeneralisasi. Makna cantik yang harus putih, langsing, bersih, dan bebas dari jerawat. Pengkondisian standar kecantikan ini realitanya adalah agenda industri kapitalis yang menysar perempuan Indonesia yang notabeneanya berkulit sawo matang dan tidak langsing (I. P. Sari, 2019).

Iklim kompetisi kecantikan bagi perempuan yang dibentuk media politik menjadi konstruksi bagaimana masyarakat melihat dan akhirnya menentukan pilihannya. Masyarakat menentukan yang cantik lah yang dapat dipercaya bukan karena kualitas yang sifatnya jangka panjang dalam hal kepemimpinan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi negara demokrasi, tidak hanya bagi negara akan tetapi masyarakat dan calon legislatif yang berlaga dalam pencalonan panggung politik.

Penelitian ini penting untuk menganalisis sejauh mana media mengkonstruksi simbol kecantikan bagi caleg perempuan yang maju dalam panggung politik. Sebagian dari mereka bahkan berhasil memenangkan Pemilu. Penggunaan teori Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki pada penelitian ini guna memperkuat pembahasan adanya kesenjangan gender karena adanya konstruksi sosial yang mengakar pada pandang konstruksi maskulinitas melalui media berita.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dalam analisisnya memiliki penekanan pada dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan pola pikir logika ilmiah (Saifuddin, 1998). Pendekatan ini mampu memperoleh analisis dan penjelasan yang mendalam ketika mengkaji suatu isu atau fenomena (Abdussamad & Sik, 2021). Sementara itu sifat penelitian ini adalah eksplanatif dimana penulis akan mengkonstruksikan empat berita pada media berita daring berbeda untuk melihat konstruksi yang terbentuk atas simbol kecantikan pada calon legislatif perempuan.

Sumber data yang diperoleh merupakan data sekunder dimana data dikumpulkan melalui penelusuran daring. Populasi penelitian yaitu seluruh berita yang membahas mengenai tokoh calon legislatif yang viral di media sosial ketika pemilihan umum tahun 2024. Dari seluruh berita yang memiliki judul sejenis, penulis memilih secara acak untuk dianalisis, berita yang dianalisis berjumlah empat berita yang didominasi wartawan laki-laki. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* (acak sederhana) yaitu metode yang paling umum dan paling banyak digunakan dalam penelitian ilmiah (Noor dkk., 2022). Keuntungan metode ini adalah setiap populasi target memiliki peluang yang setara untuk menjadi sampel penelitian (Bhardwaj, 2019).

Instrumen penelitian ini adalah analisis dokumen dimana dokumen yang dimaksud adalah teks berita. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi dokumentasi yaitu pengumpulan data berfokus pada menganalisis konten berita daring melalui analisis wacana. Penelitian ini menggunakan analisis framing. Sebagai salah satu metode dalam analisis wacana, framing berhubungan dengan makna dan disini makna dibentuk oleh wartawan. Dengan analisis framing memungkinkan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi yang dibangun kemudian menarik kesimpulan dari isi pesan.

Penulis mengumpulkan berita dengan judul sejenis, kemudian melakukan pengklasifikasian. Selanjutnya setelah data-data diperoleh kemudian dianalisis menggunakan framing model Pan dan Kosicki. Analisis keempat berita tersebut untuk memeriksa bagaimana gagasan-gagasan tertentu yang direpresentasikan dan diperkuat oleh media berita sebagai salah satu komunikasi politik pada Pemilu 2024. Berita tersebut viral dari sejak hari pelaksanaan pemilu sampai seminggu setelah hari pencoblosan.

Penulis memilih berita pada tanggal 16, 18, 19 Februari 2024. Berita tersebut dipilih karena menjadi yang teratas dalam media sosial X/Twitter dan memiliki judul yang menarik pembaca. Teori yang mendasari teknik framing berasal dari teori Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang mengatakan bahwa framing adalah memilih beberapa aspek realitas yang dirasakan dan menjadikannya lebih menonjol untuk mempromosikan masalah tertentu, interpretasi kausal, atau rekomendasi sikap atas hal yang dijelaskan (Pan, 2008).

KERANGKA KONSEPTUAL

A. Konstruksi Sosial

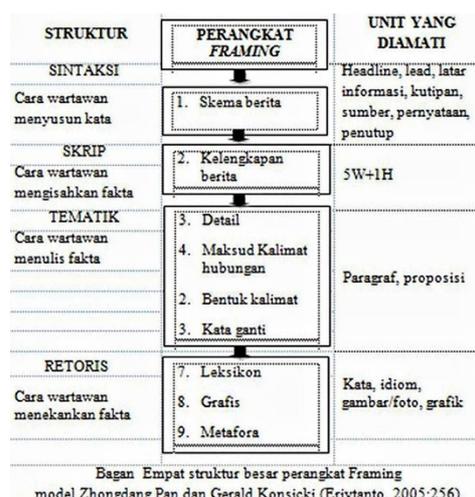
Konstruksi sosial merupakan hasil dari individu yang menciptakan realitas sosial, kemudian realitas itu dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas tersebut secara objektif. Manusia sebagai individu tentu memiliki pengalaman kognitif berbeda antara satu dengan yang lain. Sederhananya pengalaman kognitif ketika diakumulasi dan disepakati lingkungan menghasilkan konstruksi sosial. Sejalan dengan konsep yang pertama kali dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Istilah konstruksi digambarkan sebagai proses sosial yang bersumber dari individu yang secara kontinu menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Sulaiman, 2016). Adapun dalam aliran filsafat, konstruktivisme bahkan sudah digagas lebih dahulu oleh Sokrates dengan penemuan jiwa dalam tubuh manusia dan plato dengan penemuan akal budi dan ide (Bertens, 2017).

Terdapat tiga jenis konstruktivisme yaitu konstruktivisme radikal, realisme hipotesis, dan konstruktivisme biasa. Adapun persamaan dari ketiga jenis konstruktivisme yaitu konstruktivisme dipandang sebagai sebuah kerja kognitif yang ditafsirkannya tentang dunia. Penafsiran individu ini lahir karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan sekitarnya (Bungin, 2015). Selanjutnya untuk memahami konstruksi atas realitas sosial yang ada sebagai bagian dari proses. Berger & Luckmann melihat proses tersebut melalui tiga bagian yaitu institusionalisasi, legimitasi dan sosialisasi (ILS). Kemudian ketiga proses sosial tersebut dijalankan oleh proses simultan yang lain yaitu eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi atau disingkat menjadi EOI. Sehingga menurut Berger & Luckmann bahwa konstruksi sosial yang lahir dari realitas adalah proses simultan dan berlapis melalui ILS-EOI (Berger & Luckmann, 1967).

Konstruksi sosial juga terjadi di media massa. Dalam buku berjudul Konstruksi Sosial Media Massa oleh Burhan Bungin disebutkan bahwa media massa memiliki peran penting dalam mencipta konstruksi tertentu di masyarakat. Ketika Berger & Luckmann tidak memasukan variabel media massa pada konstruksi, disini Bungin merevisi karena media massa memiliki sirkulasi informasi yang sangat cepat dan sebarannya merata (Bungin, 2000). Tahapan konstruksi sosial yang diciptakan media massa sebagai berikut: (1) tahap menyiapkan materi, (2) tahap sebaran konstruksi, (3) tahap pembentukan konstruksi realitas, dan (4) tahap konfirmasi. Dengan demikian, konsep konstruksi sosial yang dimaksud oleh Berger & Luckmann ketika ditambahkan variabel media massa, maka kekuatan konstruksi sosial akan berlipat ganda dan mempermudah kepentingan-kepentingan tertentu untuk menggunakannya sebagai alat hegemoni.

B. Framing Model Pan dan Kosicki

Framing menurut Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki dimaknai sebagai proses membuat pesan yang lebih menonjol dan menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut (Eriyanto, 2018). Sejalan dalam “*Framing of The News*” bahwa framing Pan dan Kosicki adalah memilih beberapa aspek realitas yang dirasakan dan menjadikannya lebih menonjol untuk mempromosikan masalah tertentu, interpretasi kausal, atau rekomendasi sikap atas hal yang dijelaskan (Pan, 2008). Dalam sebuah narasi berita, wartawan memiliki kuasa untuk menyampaikan realitas sosial yang subjektif. Setiap berita dapat dilihat perbedaannya tergantung perspektif dan paradigma yang dipakai. Gagasan yang disampaikan wartawan inilah yang dilihat sebagai framing. Model ini secara spesifik membongkar makna dan realitas sosial yang dibangun media melalui berbagai struktur dalam pemberitaan.



Gambar 1. Bagan Struktur Framing model Kosicki

Model Pan dan Kosicki tidak melihat berita secara dangkal akan tetapi melihat bagaimana berita disusun. Setidaknya terdapat empat struktur yang dapat diamati dalam framing model Pan

dan Kosicki yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dimana keempat struktur ini menekankan posisi wartawan atau penulis berita dalam menyampaikan wacana berita. Struktur sintaksis sangat berkaitan dengan fakta, susunan peristiwa, pernyataan, opini, kutipan dan pengamatan peristiwa. Selanjutnya, struktur skrip menunjukkan strategi bercerita atau tutur kata wartawan yang digunakan untuk mengemas peristiwa atau fenomena. Struktur tematik dapat dilihat dari teks secara keseluruhan, seperti proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat. Pada bagian struktur tematik inilah cara para wartawan menyampaikan pendapat mereka tentang peristiwa. Terakhir, struktur retorik yang berkaitan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu dengan melihat penggunaan kata, idiom, grafik, dan gambar tertentu (Aini & Setiawan, 2021).

PEMBAHASAN

Berita merupakan media penyampaian pesan dengan menyajikan fakta atau opini dengan penafsiran wartawan supaya peristiwa tersebut dapat dimengerti dan orang merasa tertarik (Park, 1940). Berita melalui media memiliki kekuatan untuk melakukan framing, dengan cara memilah, menyoroti, dan menyusun aspek-aspek tertentu mengenai suatu realitas. Proses tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi bagaimana penerima informasi dalam memahami isu yang diangkat. Dalam konteks kontestasi politik, proses yang dilakukan berarti menyoroti kampanye kandidat yang dipandang lebih menarik. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa framing terkait caleg perempuan pada Pemilu 2014 menonjolkan citra fisik, citra populer dan citra konflik, hal ini disebabkan karena hambatan sosio-kultural dan budaya patriarki yang kuat (Exmanda, 2023).

Penulis akan memaparkan framing yang terjadi pada media daring yaitu Detik.com, Krjogja.com, Tribunjatimtimur.com, dan Radartuban.com. Data menunjukkan bahwa pada Pemilu 2024 di wilayah Jawa Timur dimenangkan oleh dua caleg laki-laki dan dua caleg perempuan. Dua caleg perempuan tersebut menarik perhatian publik dibandingkan daerah pemilihan (Dapil) lainnya. Framing kemenangan yang ditonjolkan dari keempat sumber berita daring adalah menjadikan kemenangan seolah diterima publik. Penggunaan head yang dicoblos karena paras cantiknya dengan kata-kata yang kuat seperti “terus melejit”, “memikat”, “bermodal foto glowing terus pepet lawan” dan “saingan eks ketua KPK”.

Berita juga memahami kekuatan narasi, sehingga wartawan menggunakannya sebagai strategi. Seperti penggunaan leksikon pada Krjogja.com melalui struktur retorik terlihat penggunaan metafora “senyuman manis” dan “balutan hijab yang indah” atau pada Tribunjatimtimur.com dengan kata “giginya yang rapih” dan “riasan wajah tipis natural” menekankan sosok Kondang yang cantik. Sejalan dengan itu Radartubancom juga menggunakan leksikon “si wajah cantik” dan “senyum yang memikat”. Hal tersebut membuat pemahaman publik bahwa faktor utama kemenangan disamping pendidikan dan popularitas adalah kecantikan. Dengan demikian terlihat framing yang berusaha dibangun oleh keempat wartawan dalam mengangkat tingginya caleg perempuan.

Selanjutnya pada bagian skema berita yang dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Definisi masalah yang diangkat pada Detik.com berkisar pada caleg perempuan, Kondang Kusumaning terdiri dari beberapa ciri yaitu dari kalangan pendidikan biasa, berparas cantik, dan tidak terlalu terkenal. Melalui aspek retorik gambar yang ditampilkan sesuai dengan berita yaitu surat suara yang menampilkan wajah Kondang dengan caption tanya “Siapa yang tidak kenal Kondang? tapi malah

mencoblos”. Definisi masalah dalam menyusun kata terkait caleg perempuan adalah orang yang berpendidikan, berparas cantik, dan tidak terkenal bukanlah kendala karena dapat tetap menang.

Skema berita yang terbentuk tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga mengkonstruksikannya melalui framing (Exmanda, 2023). Dalam hal ini yaitu yang dapat menjadikan citra fisik tertentu untuk dapat berhasil memenangkan Pemilu. Pada kenyataannya hasil kemenangan caleg perempuan karena konstruksi fisiologis yang dibangun wartawan berseberangan dengan kondisi caleg perempuan lain yang mengikuti kontestasi politik. Misalnya caleg Lamaatus Shobah Dimiyati Rois dan Adilla Azis tidak berhasil memenangkan kursi DPD RI padahal memenuhi unsur metafora “senyuman manis” dan “balutan hijab yang indah”. Selain itu, pada bagian foto di surat suara juga mereka poles sehingga terdapat perbedaan dengan wujud aslinya.

Justru caleg perempuan lainnya Lia Istifhama yang juga memenangkan Pemilu 2024 bersama dengan wilayah Kondang lebih digambarkan dengan beberapa argumen yaitu dari kalangan artis, mantan ponakan gubernur, dan peduli wong cilik. Saat ini kedua caleg perempuan yang diframing sebagai perempuan cantik yang berada di panggung politik memperoleh kemenangan dan menempati kursi DPD RI. Maka jika digambarkan dalam sebuah pola framing mengenai caleg perempuan seputar konstruksi fisiologis, dapat dipahami menjadi bagian dari kesadaran palsu yang sengaja dikonstruksi oleh wartawan untuk memberi kesan kuat terhadap perolehan kemenangan. Hal ini menjadi tindakan pragmatis yang mengesampingkan keseriusan atau kualitas yang dimiliki caleg perempuan karena menempatkan perempuan yang mendaftarkan foto di surat suara sebagai ikon utama. Adapun secara lebih lanjut, framing berita dianalisis sebagai berikut:

Analisa Framing Model Pan dan Kosicki

Tabel. 1. Analisa Framing Model Pan dan Kosicki

Berita (Frame)	Detik.com	Krjogja.com	Tribunjatimur.com	Radatuban.com
Sintaksis	Pada bagian head menunjukkan intisari dalam berita bahwa Kondang meraih banyak suara di Pemilu 2024 gegara dicoblos karena paras cantiknya	Bagian head menunjukkan intisari bahwa pemilu dihebohkan karena caleg yang memiliki paras wajahnya yang cantik	Pada bagian head menunjukkan intisari sosok caleg menjadi viral karena banyak pemilih yang mencoblos karena fotonya yang cantik	Bagian lead menunjukkan intisari bahwa “si wajah cantik” membuntuti di posisi kedua
Skrip	Penggunaan struktur skrip hanya berfokus pada perbandingan persentase suara	Menampilkan narasi yang berfokus pada profil personal dan riwayat hidup	Cenderung menjelaskan ciri visual fisiologis personal	Penggunaan struktur skrip menonjolkan kontestan saingannya
Tematik	Para warganet mengaku mencoblos karena parasnya yang cantik karena fakta	Dengan foto wajah yang rupawan di surat suara, banyak yang mencoblos	Netizen tanpa pikir panjang langsung memilihnya disertakan kutipan “Aku nyoblos	“Bukan masalah amplopnya, tapi ini tentang wajah cantiknya”

dilapangan meraih 4 teratas atau 12.24%	Kusumaning karena fakta di peringkat ke empat perolehan terbanyak	mbak ini, karena cantik” karena faktanya mencapai 10,86%	penyertaan kutipan disertai fakta perolehan 1.816.978 suara
---	---	--	---

Retoris



Berdasarkan narasi eksplanatif dan matrik framing di atas diperoleh gambaran bahwa dari keempat media yang memberitakan caleg perempuan bernama Kondang Kusumaning Ayu. Terdapat perbedaan terkait isi konten masing-masing berita, Detik.com lebih menampilkan perbandingan data suara yang diperoleh dari 13 calon DPD RI wilayah Jawa Timur secara lengkap. Selain itu Detik.com tidak menggunakan metafora subyektif berlebih dari wartawan, sehingga posisinya dapat dikatakan netral. Tidak seperti wartawan pada tiga berita lainnya yang ditulis oleh laki-laki. Krjogja.com lebih banyak menampilkan profil personal dan riwayat hidup, ditemukan juga beberapa penggunaan kalimat yang menggiring persepsi kecantikan yang terkesan metafora. Hal sejenis juga disampaikan oleh berita Tribunjatimtimur.com.

Kesamaan dari keempat berita tersebut yaitu berita didominasi oleh wartawan laki-laki, hanya Detik.com yang ditulis oleh perempuan. Dan yang menjadi sorotan wartawan, penggunaan metafora yang mendefinisikan kecantikan lebih banyak dieksplorasi oleh wartawan laki-laki. Pada unsur termatik secara tidak langsung mencerminkan bahwa merekalah yang cantik dan banyak dipilih oleh masyarakat. Bahwa mereka secara fisiologis memenuhi faktor-faktor tertentu dapat dikatakan akan lebih mudah mendapat perhatian. Dibandingkan mereka yang berpenampilan biasa-biasa saja atau sebaliknya. Bahkan dari unsur retoris berita foto yang ditampilkan dari wartawan laki-laki menunjukkan secara visual yang berfokus pada fisiologis caleg.

Konstruksi Sosial Citra Kecantikan

Konstruksi sosial menurut (Berger & Luckmann, 1967), manusia berada dalam kenyataan obyektif dan subyektif. Obyektif yang dimaksud adalah manusia secara struktural dipengaruhi oleh lingkungan dimana individu tinggal, sedangkan dalam kenyataan subyektif, manusia dipandang sebagai organisme yang memiliki kecenderungan tertentu dalam masyarakat. Berita caleg bernama Kondang Kusumaning Ayu, dari aspek **eksternalisasi** berusaha untuk mengadaptasi teks-teks berita. Wartawan memposisikan teks-teks tersebut kedalam kegiatan fisik maupun mental sebagai posisi sentral dan pandangan hidup (*world view*) mereka. Terdapat upaya menyampaikan pandangan tersebut dalam narasi deskripsi kecantikan dan sikap ketika berhadapan dengan perempuan cantik yang melangkah pada kontestasi politik.

Dari aspek **objektifikasi**, maksudnya adalah interaksi dengan dunia intersubjektif yang mengalami proses institusionalisasi. Dalam proses institusionalisasi terjadi pembentukan pola, aturan, atau peran di antara sekelompok. Ketika berita tersebut sampai kepada masyarakat sebagai

pembaca maka berita itu terproduksi sebagai produk eksternalisasi yang dipahami sebagai realitas objektif. Kenyataan yang awalnya berangkat dari kenyataan subyektif perorangan, berubah menjadi kenyataan empiris yang diyakini masyarakat. Pada berita Kondang Kusumaning objektivitas terletak pada pembaca sebagai individu yang mengonsumsi berita menerima informasi dan informasi dipahami sebagai kenyataan empiris.

Proses seperti **institusionalisasi** telah membentuk citra kecantikan sejak dahulu kala, salah satunya adalah citra kecantikan pada perempuan seperti institusi kecantikan Ken Dedes yang memiliki daya magis dan institusi kecantikan Helen yang menjadi salah satu wanita tercantik di dunia. Di masa kini, institusi tersebut tetap dikonstruksi sesuai kebutuhan dan kepentingan dalam hal ini adalah politik. Sebagai objek konstruksi sosial, perempuan menjadi objek yang dikonstruksi oleh laki-laki, bahkan dalam dunia pikiran laki-laki, perempuan adalah fantasi keindahan, kesucian, kecantikan dan khayalan (Bungin dkk., 2022). Dalam berita yang disampaikan, melalui internalisasi manusia menjadi hasil yang diamini masyarakat bahwa konstruksi kecantikan perempuan sebagai pemilik rupa yang putih, tanpa jerawat, riasan tipis natural, memakai balutan hijab, giginya rapih, dan memiliki senyum yang indah. Dan hal tersebut mampu menjadikan seseorang dipilih masyarakat dengan mudah. Dibuktikan dengan tingginya angka perolehan suara Kondang pada Pemilu 2024.

Dilema Konstruksi Media

Berita viral dari media daring telah memberikan gambaran bahwa terdapat konstruksi pemikiran maskulinitas yang melihat bahwa perempuan harus tampil menawan secara fisiologi, sehingga banyak orang yang mengagumi dan memilihnya. Media berita menanamkan konsep ideal dan nilai dari standar kecantikan yang baru bagi perempuan yang ingin menang di panggung politik. Dalam berita Tribunjatimtimur.com misalnya bagaimana penulis memvisualisasikan melalui kata terhadap citra perempuan, bagaimana penulis berusaha menormalisasi reaksi masyarakat atas fenomena yang memihak kepada penulis, Krjogja.com juga memberikan citra perempuan yang identik dengan mengkombinasikan simbol fisiologis dan simbol agama.

Dalam kehidupan sehari-hari media dapat menjadi berbagai bentuk. Media sebagai pembentuk (*constructors* atau *shapers*) melalui berita yang dianalisis, banyaknya penggambaran perempuan yang memiliki keuntungan berkali-kali lipat dalam panggung politi. Memungkinan terpengaruhnya pembaca atau konsumen berita untuk mengutamakan standar kecantikan tertentu dalam kehidupan nyata dan mengesampingkan nilai-nilai yang lebih esensial. Sementara itu, pembaca atau konsumen yang lain bisa berakibat pada marginalisasi kelompok yang fisiknya kurang dalam panggung politik. Dengan demikian, media sebagai pembentuk dapat meningkatkan kekhawatiran terutama ketika digunakan untuk kepentingan ekonomi dan politik (Ibrahim & Akhmad, 2014).

Relasi media berita dalam mengkonstruksi simbol kecantikan sah-sah saja selagi masyarakat mampu membedakan mana realitas yang nyata dan mana yang semu. Namun, disisi lain konstruksi tersebut menjadi permasalahan baru karena menurunkan kualitas panggung politik di Indonesia. Perempuan ikut mengamini realitas semu konstruksi sosial, misalnya pada kasus Evi Apita yang menggunakan foto editan, hal tersebut memasuki ranah manipulasi data untuk meraup suara rakyat. Konstruksi simbol kecantikan memberikan pandangan bahwa kualitas intelektual dan kepribadian dikesampingkan karena hanya berusaha memenuhi pemikiran maskulinitas.

Realita memenuhi pemikiran maskulinitas ini menyadarkan bahwa terjadi ketidakadilan gender pada ranah panggung politik di Indonesia. Karena meskipun didominasi oleh kontestan laki-laki, justru standarisasi lebih mengerucut pada kontestan perempuan yang lebih sedikit mendaftar dalam Pemilu. Penilaian calon legislatif laki-laki berdasarkan kharisma dan kesan kepemimpinan yang kuat yang mana hal tersebut masuk kepada ranah kualitas intelektual dan kepribadian yang dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki korelasi dengan ruang politik.

Perempuan dalam hal ini cenderung diarahkan pada aspek fisiologis, dari keempat berita yang dianalisis tidak ada yang mengindikasikan kualitas intelektual dan kepribadian calon. Akan tetapi cenderung ditampilkan satu faktor yaitu kecantikan. I Nyoman Wiratmaja mengatakan bahwa modal intelektualitas tinggi yang dimiliki caleg perempuan tidak menjamin mereka dapat memenangkan “kompetisi” pada Pemilu 2014. Belum lagi berhadapan dengan fakta bahwa sebagian besar pemilih di Indonesia jatuh ke dalam *low-information voters* (Dettman dkk., 2017). Sehingga banyak pemilih yang memilih berdasarkan *quick judgement* tanpa mengenal lebih jauh siapa yang dipilih.

Tanpa disadari berita telah menjadi kesadaran palsu yang sengaja dikonstruksi oleh wartawan untuk memberi kesan kuat terhadap calon legislatif perempuan. Perempuan dikonstruksi akan mendapatkan keuntungan ketika mencalonkan diri dengan fisiologis yang menarik dan memenuhi standar-standar tertentu. Salah satunya ditampilkan pada surat suara. Namun tanpa disadari, kondisi tersebut membuat pembaca berita sebagai bagian dari masyarakat dibawa ke dunia yang semakin tidak jelas.

SIMPULAN

Berdasarkan pemberitaan caleg perempuan yang kemenangannya dianalisis melalui framing Pan and Kosicki, maka kita dapat melihat cara sebuah media dalam bercerita dan mengkonstruksikan realitas. Dalam hal ini wartawan bercerita atas simbol kecantikan caleg sebagai penyebab keunggulan suara. Gambaran konstruksi tersebut cenderung mendeskripsikan kecantikan dengan metafora fisiologis. Framing tersebut dikaji pada aspek eksternalisasi, subjektivisasi, dan internalisasi menunjukkan wartawan melakukan framing atas kemenangan disebabkan mereka yang memiliki rupa yang putih, tanpa jerawat, riasan tipis natural, memakai balutan hijab, giginya rapih, dan memiliki senyum yang indah. Simbol kecantikan ini selanjutnya dikonstruksi sebagai alasan untuk orang memenangkan caleg perempuan karena berusaha memenuhi pemikiran maskulinitas, mengesampingkan perhatian dan mendorong individu bertindak atas inisiatif kesan pertama. Dengan demikian pembaca memahami bahwa tidak perlu unggul dalam intelektual dan kepemimpinan karena kecantikan dapat menjadi modal yang berpengaruh terhadap hasil suara Pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Aini, Q., & Setiawan, H. (2021). Analisis Struktur Dan Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Mengenai Berita Mensos Risma Menanggapi Kasus Pelecehan Anak Panti Asuhan Malang Media Online CNN Indonesia dan Kompas.com. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9623-9629. <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2538>

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor books.
- Bertens, K. (2017). Sejarah Filsafat Yunani, Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 89.
- Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, 5(3), 157–163.
- Bungin, B. (2000). *Konstruksi Sosial Media Massa: Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik* [PhD Thesis, Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/32592>
- Bungin, B. (2015). *Konstruksi Sosial Media Massa Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*.
- Bungin, B., Winarso, H., Asrina, A., & Soekirini, N. (2022). *Perempuan, Media, dan Seksualitas: Konstruksi Sosial Citra Perempuan dalam Masyarakat Kultural* (1 ed.). Prenada Media.
- Dettman, S., Pepinsky, T. B., & Pierskalla, J. H. (2017). Incumbency advantage and candidate characteristics in open-list proportional representation systems: Evidence from Indonesia. *Electoral Studies*, 48, 111–120.
- Exmanda, E. I. (2023). Citra Caleg Perempuan dalam ‘Framing’Media ‘Online.’ *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 17(1), 13–21.
- Gumiandari, S. (2020). *Psikologi & Kekuasaan (Studi Keterlibatan Politik Perempuan Cirebon dalam Perspektif Psikologi Politik)*. CV. Zenius Publishing. <https://repository.syekhnrjati.ac.id/4196/1/PSIKOLOGI%20DAN%20KEKUASAAN.pdf>
- Gurevitch, M., & Blumler, J. G. (1977). Linkages between the mass media and politics: A model for the analysis of political communications systems. *Mass communication and society*, 270–290.
- Hafel, M. (2011). *Kekuatan-kekuatan Politik di Indonesia*. UMMU Press.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Indonesia, B. P. S. (t.t.). *Keterlibatan Perempuan di Parlemen—Tabel Statistik*. Diambil 29 Juni 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDY0IzI=/keterlibatan-perempuan-di-parlemen.html>
- Kurniawan, N. (2016). Keterwakilan Perempuan Di Dewan Perwakilan Rakyat Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 22-24/PUU-VI/2008. *Jurnal Konstitusi*, 11(4), 714. <https://doi.org/10.31078/jk1146>
- Noor, S., Tajik, O., & Golzar, J. (2022). Simple random sampling. *International Journal of Education & Language Studies*, 1(2), 78–82.
- Pan, Z. (2008). Framing of the News. Dalam W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (1 ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecf040>
- Park, R. E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, 45(5), 669–686. <https://doi.org/10.1086/218445>
- Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama. Saifuddin, A. (1998). *Metode Penelitian, cet. Ke-1*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 5.

- Sari, I. P. (2019). Rekonstruksi dan manipulasi simbol kecantikan. *Jurnal Hawa: Studi Pengarus Utamaan Gender dan Anak*, 1(1).
- Sari, M. D., Sylvina, V., & Pangestika, W. P. (2023). Online Gender-Based Violence Report in *kompas.com* and *konde.co* during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.19184/jfgs.v3i1.37053>
- Sihabudin, H. A. (2022). *Komunikasi antarbudaya: Satu perspektif multidimensi*. Bumi Aksara.
- Sulaiman, A. (2016). Memahami teori konstruksi sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22.
- Wahyudi, V. (2018). Peran Politik Perempuan dalam Perspektif Gender. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 1(1), 63–83.