

## BAB V

### Refleksi Hasil Penelitian

#### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu media menciptakan pesan yang disampaikan kepada khalayak dan khalayak memaknai pesan dari media secara bebas dan aktif. Pemaknaan yang diciptakan khalayak dipengaruhi oleh berbagai hal.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa khalayak perempuan cenderung melakukan negosiasi dan oposisi terhadap pesan yang disampaikan oleh Undip Cantik, yang mana mereka memaknai teks foto Undip Cantik hampir atau bahkan sama dengan *preferred reading* tetapi mereka melakukan penyesuaian dan pengecualian terhadap nilai budaya, karena pesan-pesan tersebut mungkin saja tidak sesuai dengan nilai-nilai yang sudah terlebih dahulu mereka yakini atau miliki sebelumnya sehingga mereka tidak sepenuhnya setuju dengan makna dominan yang ada.

Menurut Hall, khalayak menerima interpretasi pesan dominan suatu teks media tetapi mereka mungkin saja akan melakukan negosiasi ketika pesan dominan yang mereka tangkap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip pribadi mereka (West dan Turner, 2008:74).

Ideologi media mungkin saja menghegemoni dan bekerja untuk mengukuhkan kesepakatan politis dan sosial namun masyarakat mungkin saja menanggapi dan menginterpretasi teks media dengan beragam cara (Alavaro,

Buananno, Gray dan Miller, 2014: 345). Media seringkali mengonstruksikan suatu wacana yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayaknya. Sebagaimana asumsi dalam penelitian ini yaitu khalayak Undip Cantik bisa saja memiliki penafsiran yang berbeda ketika memaknai kecantikan perempuan berbeda dengan ideologi dominan yang selama ini telah berkembang dan dipercaya di dalam masyarakat dan di sebarakan oleh media sebagaimana dalam teori hegemoni tandingan yang mana dinyatakan bahwa khalayak menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan oleh kekuatan dominan melalui media, yang mengandung ideology dominan. Terkadang masyarakat ingin menunjukkan ideologi milik mereka walaupun media seringkali mempengaruhi khalayaknya dengan ideologi dominan

“Hegemoni tandingan menjadi bagian yang penting dalam pemikiran Kajian Budaya karena hal ini menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya diam dan menurut. Dengan kata lain, kita—sebagai anggota khalayak—tidak bodoh dan submisif”(West dan Turner, 2008:71)

Dalam penelitian ini khalayak perempuan memiliki pemaknaan yang cenderung hampir sama dengan makna dominan yang terkandung dalam teks foto Undip Cantik mereka tidak menyadari bahwa sebetulnya mereka turut terdominasi dengan ideologi dominan yang ada di Undip Cantik. Meski begitu khalayak perempuan yang menjadi subjek penelitian ini melakukan negosiasi dan bahkan penolakan terhadap pesan yang disampaikan oleh Undip Cantik. Kelima informan melakukan beberapa pengecualian terhadap konstruksi cantik yang ditampilkan Undip Cantik dan menggantikannya dengan konstruksi cantik versi mereka sendiri yang memang sudah dimiliki sebelumnya.

“posisi negosiasi, posisi dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Dalam hal ini khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat” (Morissan, 2013:550)

Kemampuan khalayak dalam menegosiasikan dan menolak pesan pada suatu teks media dipengaruhi oleh budaya dan nilai-nilai yang tertanam sebelumnya pada diri subjek penelitian. Kelima informan dalam penelitian ini memiliki pemaknaannya masing-masing terhadap teks foto Undip Cantik dan hal itu dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, lingkungan sosial, pengetahuan dan pengaruh media lainnya.

Dalam penelitian ini digunakan analisis resepsi untuk memahami proses pemaknaan informan ketika dihadapkan pada teks foto Undip Cantik dan asumsi dasar analisis ini adalah konsep khalayak aktif yang mana khalayak seperti itu dianggap bebas dan aktif dalam menafsirkan pesan yang disampaikan oleh media. Dalam penelitian ini ditemukan pemaknaan terhadap tiga teks foto Undip Cantik oleh kelima informan yang dimaknai dengan cara berbeda-beda karena kelima informan memiliki latar belakang yang berbeda satu sama lainnya hal ini sejalan dengan konsep khalayak aktif bahwa khalayak memiliki otonomi sendiri untuk menghasilkan makna terhadap media yang dikonsumsi.

“Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada di dalam tayangan sebuah film atau drama-drama seri yang ditontonnya, dan juga cerita di dalam novel yang dibacanya” (Ida, 2014:161)

Karena khalayak bebas dalam memaknai pesan media maka di penelitian ini ditemukan bahwa khalayak perempuan cenderung tidak benar-benar menerima pesan dominan yang ada pada teks foto Undip Cantik, penerimaan mereka terhadap pesan dominan dari Undip Cantik cenderung disesuaikan dengan latar belakang atau nilai-nilai yang mereka miliki. Maka dari itu sesuai dengan tiga kemungkinan posisi khalayak dalam mendekoding pesan dari media menurut Stuart Hall, informan dalam penelitian ini cenderung berada di posisi *negotiated reading*, bukan di posisi yang serta merta memaknai dan menyetujui makna dominan yang ada dalam teks foto Undip Cantik. Hanya ada satu informan saja yang berada di posisi *dominant reading*.

Khalayak menegosiasikan dan menolak pesan yang terdapat di dalam media karena khalayak bukanlah penerima pesan yang pasif, khalayak sudah dianggap sebagai pihak yang aktif dan pemaknaan serta persetujuan khalayak berbeda dengan makna dominan suatu teks media juga karena latar belakang sosial dan budaya khalayak itu sendiri.

“Khalayak menegosiasi pesan di media: kita (khalayak) bukanlah penerima pesan media yang pasif. Kepercayaan dan konteks sosial membentuk bagaimana kita memproses dan memaknai gambar dan informasi dari media” (McKelvey, 1996:13)

### **5.2.2 Implikasi Praktis**

Berkaitan dengan masalah konstruksi kecantikan perempuan, Instagram sebagai bagian di media baru dapat berperan langsung terhadap kehidupan khalayaknya. Undip Cantik yang merupakan akun Instagram mengonstruksikan wacana kecantikan dengan menampilkan foto-foto perempuan yang memiliki kriteria cantik

sesuai standar Undip Cantik dan hal itu bisa saja mempengaruhi khalayaknya untuk mempercayai hal yang sama.

Walaupun dari hasil penelitian ini ditemukan khalayak lebih cenderung berada di posisi negosiasi, namun tetap saja ada khalayak yang berada di posisi dominan dan bahkan tidak ada yang benar-benar berada di posisi oposisional. Hal tersebut menunjukkan bahwa Undip Cantik sebagai bagian dari media baru turut mempengaruhi pemaknaan khalayaknya mengenai wacana kecantikan.

Menurut Real (dalam West dan Turner, 2008:66) media menginvasi kehidupan, membentuk selera, memberikan informasi dan persuasi kepada khalayaknya. Begitupun dengan media baru dalam penelitian ini akun Instagram Undip Cantik merupakan bagian dari media baru. Undip Cantik mengonstruksikan kecantikan perempuan dan bisa saja hal itu turut mempengaruhi perempuan dalam memaknai kecantikan, walaupun informan dalam penelitian ini sebelumnya telah memiliki definisi tentang wacana kecantikan menurut mereka sendiri namun tetap saja Undip Cantik merupakan media yang turut melanggengkan mitos-mitos kecantikan untuk bisa dipercaya oleh khalayaknya.

“standar kecantikan yang ideal telah menjadi hal yang sulit dipenuhi dan telah dibentuk oleh konteks sosial... media saat ini sudah tersebar dimana-mana dan memiliki kekuatan untuk meningkatkan ketidakpuasan tubuh perempuan” (Derenne dan Beresin dalam Berns, 2015:445)

Ditemukan dalam penelitian satu informan yang terdominasi oleh ideologi dominan yang ada pada teks foto Undip Cantik. Sebagian besar pemaknaan informan ini cenderung sama dan menyetujui dengan makna dominan. Hal ini

biasanya terjadi bila makna dominan pada teks media merefleksikan nilai-nilai dan kepercayaan dari khalayak sehingga khalayak menyetujui makna dominan pada suatu teks media.

“media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media kebetulan juga disukai khalayak. Ini adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan budaya dominan yang berlaku. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada di dalam masyarakat” (Morissan, 2013:550).

Informan yang terdominasi dalam penelitian ini cenderung menerima konstruksi kecantikan yang ditampilkan dalam *Undip Cantik* untuk diterapkan kepada dirinya dan hal yang sama dengan perempuan lain. Padahal sebetulnya konstruksi cantik tersebut merupakan mitos belaka namun nyatanya perempuan masih belum bisa benar-benar keluar dari dominasi ini dan ternyata masih ada yang terhegemoni oleh konstruksi semacam ini dari media.

“Perempuan berangsur-angsur melepaskan dirinya dari ideologi yang mengurung perempuan di ruang domestik. Mereka juga membebaskan diri dari mitos keibuan, keperawanan dan perilaku pasif. Kecantikan menjadi ideologi wanita terakhir yang masih memiliki kuasa mengontrol perempuan” (Wolf dalam Andalas, 2009: 54)

Informan yang terdominasi cenderung menyetujui makna dominan yang ada di *Undip Cantik* dan tanpa disadari, informan ini cenderung menerapkan konstruksi kecantikan tersebut pada dirinya maupun perempuan lain. Ini menandakan bahwa masih ada perempuan yang berusaha memenuhi standar kecantikan yang sesungguhnya dibangun oleh kelompok dominan (dalam hal ini adalah laki-laki dan

kapitalisme). Padahal belum tentu semua perempuan mampu memenuhi hal itu untuk menjadi sama dalam satu standar kecantikan.

“Kecantikan adalah persoalan mengenai standar hegemoni yang dilakukan oleh kelompok yang berkuasa. Karena kecantikan adalah hal yang sulit dipahami dan definisi kecantikan sangat luas diantara kebudayaan dan periode historis. Masalah dan penundukkan kecantikan menjadi standar dominan bukan hal yang tunggal bagi perempuan kulit putih dan hitam” (Saltzberg dan Chrisler dalam Garcia, 2012:112)

### **5.2.3 Implikasi Sosial**

Penelitian ini menemukan bahwa perempuan belum benar-benar terlepas dari hegemoni media yang mengonstruksikan kecantikan ideal bagi perempuan, hal ini dapat dilihat dari kelima informan yang tidak sepenuhnya menolak mitos-mitos kecantikan yang dikonstruksikan dalam Undip Cantik untuk diterapkan pada diri mereka maupun perempuan lain. Sebagian besar dari mereka hanya menyesuaikan makna dominan dengan nilai-nilai yang memang sudah mereka miliki sebelumnya mengenai wacana kecantikan.

“Naomi Wolf menyebutkan satu-satunya mitos yang belum berhasil dipatahkan perempuan adalah kecantikan. Perempuan terus terobsesi kecantikan dalam segala bentuknya” (Olivia, 2010: 11).

Walaupun khalayak perempuan memiliki hak sepenuhnya untuk memaknai pesan yang disampaikan media tetapi penting bagi khalayak perempuan menumbuhkan kesadaran dan kekritisian dalam penerimaan pesan dari media. Media mungkin saja memiliki tujuan untuk menghegemoni khalayaknya sehingga mengikuti cara pandang media tersebut tanpa disadari oleh khalayak itu sendiri.

“media sebagai pembentuk (constructors atau shapers), yakni keyakinan bahwa isi yang disebarkan oleh media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masa depan masyarakat” (Ibrahim dan Akhmad, 2014: 3)

Dengan Undip Cantik mengonstruksikan kecantikan maka mitos kecantikan akan semakin tertanam di dalam khalayaknya dan khalayak perempuan yang terpengaruh mungkin saja akan terus berusaha memenuhi standar kecantikan yang dikonstruksikan dan perempuan akan terus diobjektifikasi oleh kelompok patriarki.