BAB IV

DESKRIPSI INFORMAN DAN ANALISIS RESEPSI OBJEKTIFIKASI SEKSUAL DALAM TAYANGAN PUTERI INDONESIA 2020

Bab ini akan menguraikan deskripsi dari delapan informan yang terlibat dalam penelitian. Selanjutnya, analisis resepsi terkait pemaknaan informan terhadap objektifikasi seksual dalam tayangan Puteri Indonesia 2020 akan dibahas dan dikelompokkan berdasarkan konsep dalam Teori Analisis Resepsi dan Teori *Standpoint*. Konsep Teori Analisis Resepsi yaitu *active audience* digunakan untuk menjelaskan keberagaman pemaknaan informan terkait daya tarik tayangan Puteri Indonesia. Selain itu, konsep Teori *Standpoint* akan membantu menjelaskan kategori adegan objektifikasi seksual dalam tayangan Puteri Indonesia 2020. Konsep dari Teori *Standpoint* seperti, sudut pandang kelompok berkuasa, kepentingan kelompok berkuasa, dan pengetahuan tersituasi akan digunakan untuk menjelaskan analisis resepsi dari informan. Analisis resepsi mengacu pada *preferred reading* yang menghubungkan makna-makna yang dinegosiasikan dari suatu pesan dengan struktur sosial tempat berfungsinya pesan dan pembaca. Elaborasi Hall terkait pengelompokkan 3 sistem pemaknaan individu atau dalam hal ini penonton (posisi dominan, negosiasi, dan oposisi) menunjukkan cara menerima pesan-pesan dari media massa (Fiske, 2008:153).

4.1 Deskripsi Informan

Penelitian ini memiliki delapan subjek penelitian atau informan yang mewakili usia dan latar belakang yang berbeda. Informan pertama yang terlibat dalam penelitian bernama Dilis Priyuana Hutama. Ia berusia 25 tahun, dan merupakan seorang karyawan yang bekerja di PT Sango Ceramics Semarang. Informan pertama yang akrab dipanggil Dilis, merupakan lulusan S1 Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Negeri Semarang. Selain sibuk bekerja, Dilis memiliki usaha sampingan *online shop* yang menjual produk *make-up* dan *skincare* dengan nama *online shop Trust of Skin*. Ketertarikan Dilis dengan acara Puteri Indonesia dimulai sejak tahun 2004 dan terus berlanjut hingga kini. Di tahun 2020, Dilis kembali menyaksikan tayangan Puteri Indonesia secara *live* di SCTV.

Informan kedua adalah Amira Isma Deastri, berusia 16 tahun, yang saat ini duduk di kelas XI, SMA Negeri 4 Semarang. Amira secara khusus meluangkan waktu dan menyaksikan keseluruhan acara Puteri Indonesia di televisi pada tahun 2015. Sejak tahun 2015-2020, Amira menyempatkan waktunya untuk menonton tayangan Puteri Indonesia di televisi. Tayangan Puteri Indonesia yang sudah disaksikan sejak SMP, mendorong Amira untuk berprestasi seperti Puteri Indonesia dengan memicu semangatnya untuk belajar dan mengasah kemampuan berbahasa inggris.

Informan ketiga bernama Restu Ayu Mumpuni, berusia 27 tahun, dan saat ini menempuh pendidikan S2 Ilmu Komunikasi di Universitas Diponegoro, Semarang. Restu Ayu yang akrab dipanggil Ay telah menikah, dan memiliki satu orang anak. Selain sibuk dalam kegiatan studinya, informan 3 memiliki usaha yang memfokuskan

pada pembuatan selempang atau *sash*. Usaha selempangnya diberi nama “Selempang Hits” yang telah dirintis sejak awal tahun 2015, dan memiliki toko di daerah Sumurboto, Semarang. Usaha pembuatan selempang ini telah berkembang, dan melayani pesanan hingga pengiriman secara *worldwide.* Pesanan yang didapat dari luar negeri biasanya untuk kepentingan kontes seperti *beauty pageant*, dan *male pageant*. Usaha selempang milik informan 3, pada awalnya tidak menyasar dunia *pageant*, melainkan diawali dengan pembuatan selempang untuk kepentingan seperti wisuda. Sejak tahun 2017-2020, Informan 3 berhasil menjadi *partner* yang menyediakan selempang untuk ajang Puteri Indonesia. Ide pengembangan usaha yang merambah ke dunia *pageant* ini, terinspirasi dari tayangan Puteri Indonesia yang telah diketahuinya sejak tahun 2004. Keberhasilan sebagai *partner* yang menyediakan selempang, membuat informan 3 secara rutin menyaksikan acara Puteri Indonesia sejak tahun 2017-2020.

Informan keempat bernama Anik Susiana, berusia 40 tahun, dengan *background* pendidikan terakhir SMK. Informan keempat yang memiliki sapaan Anik ini telah menikah, dan memiliki 3 orang anak. Anik disibukkan dengan aktivitas usaha sampingan yang dijalaninya yaitu, Rias Pengantin Clarissa yang berlokasi di Pedurungan, Semarang. Ia telah menyaksikan kontes Puteri Indonesia sejak tahun 1994 pada saat Venna Melinda dinobatkan sebagai pemenang. Pola menonton acara Puteri Indonesia, diakui oleh informan 4 tidak diikuti setiap tahun. Namun, informan 4 tidak melewatkan penayangan acara Puteri Indonesia sejak tahun 2018-2020 yang ia saksikan melalui televisi.

Informan kelima adalah Muhammad Kamaludin Alafgani, berusia 23 tahun, dan merupakan lulusan S1 Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Aktivitas yang dijalani saat ini adalah merintis usaha dibidang konveksi untuk busana pria di Kota Pekalongan. Kamal yang merupakan sapaan akrabnya, telah aktif mengikuti tayangan Puteri Indonesia sejak tahun 2015 pada era Anindya Kusuma Putri. Tahun 2020, Kamal menyaksikan tayangan Puteri Indonesia secara *streaming* melalui jaringan OTT EMTEK Grup yaitu Vidio.com yang menyediakan konten dari stasiun televisi seperti, SCTV.

Informan keenam adalah Rendy Ardian Muhammad yang akrab dipanggil Rendy. Ia berusia 26 tahun, dan merupakan lulusan S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro. Rendy berdomisili di Jakarta, dan bekerja sebagai *freelance* yang berfokus pada bidang *marketing communication*. Ia telah menonton tayangan Puteri Indonesia sejak kecil, namun belum terlalu paham dan mengingat acara yang disaksikan. Ketertarikan menyaksikan keseluruhan tayangan Puteri Indonesia dimulai sejak tahun 2015. Hingga kini, Rendy masih mengikuti perkembangan dari ajang Puteri Indonesia, dan untuk penayangannya pada tahun 2020 disaksikan olehnya melalui *platform* Vidio.com.

Informan ketujuh adalah Bagus Setiaka, berusia 32 tahun, dan memiliki 3 orang anak. Pendidikan terakhir yang ditempuh oleh Bagus adalah S1 Manajemen STIE Dharma Putra. Ia saat ini tinggal di Semarang, dan memiliki pekerjaannya sebagai karyawan Bank BRI Life. Bagus telah menyaksikan tayangan Puteri Indonesia di televisi pada tahun 2005, saat Nadine Chandrawinata keluar sebagai pemenang.

Namun, ia menjelaskan tidak mengikuti secara rutin tayangan Puteri Indonesia, dan menonton ketika memiliki waktu luang. Keseluruhan acara Puteri Indonesia disaksikan Bagus sejak tahun 2019-2020 melalui televisi.

Informan kedelapan bernama Sasana Danar Samudera, atau akrab dipanggil Danar. Ia berusia 27 tahun, dan merupakan lulusan S1 Sastra Cina Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Pekerjaannya saat ini adalah karyawan PT OSS yang berlokasi di Konawe, Sulawesi Tenggara. Danar telah familiar dengan tayangan Puteri Indonesia sejak tahun 2004, namun tidak menyaksikan rutin setiap tahunnya. Ia mulai menyaksikan keseluruhan acara sejak 2016-2020. Siaran langsung Puteri Indonesia 2020 disaksikan Danar melalui fasilitas *streaming* Vidio.com, dan melalui youtube.

Kedelapan subjek penelitian yang terlibat memiliki pendapat, dan pemaknaan yang beragam dalam melihat tayangan Puteri Indonesia. Alasan dan pandangan mereka sebagai *active audience* akan dibahas lebih lanjut. Berikut adalah tabel yang merangkum informasi dan latar belakang subjek penelitian yang terlibat dalam penelitian,

Tabel 4.1 Data Informan

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1.	Dilis Priyuana Hutama	25	Perempuan	S1 Pendidikan Bahasa Inggris	Karyawan/ Wiraswasta
2.	Amira Isma Deastri	16	Perempuan	SMP	Pelajar

3.	Restu Ayu Mumpuni	27	Perempuan	S1 Ilmu Komunikasi	Wirausaha
4.	Anik Susiana	40	Perempuan	SMK	Wiraswasta
5.	Muhammad Kamaludin Alafgani	23	Laki-laki	S1 Teknik Industri	Wirausaha
6.	Rendy Ardian Muhammad	26	Laki-laki	S1 Ilmu Komunikasi	*Freelancer*
7.	Bagus Setiaka	32	Laki-laki	S1 Manajemen	Karyawan
8.	Sasana Danar Samudera	28	Laki-laki	S1 Sastra Cina	Karyawan

4.2 *Active Audience*

Active audience melihat khalayak media membawa sesuatu ke dalam situasi menonton, yang membuat mereka memberikan penilaian terhadap tayangan yang dilihat dan dikonsumsi. Pengertian ini menentang gagasan bahwa menonton televisi pada dasarnya reaktif dan pasif (Baran & Davis, 2013:177). Definisi tentang *active audience* memberikan penjelasan bahwa kedelapan informan memiliki pandangan dan alasan dalam menyaksikan acara Puteri Indonesia.

4.2.1 Daya Tarik Tayangan Puteri Indonesia

Subjek penelitian yang terlibat telah menonton beberapa edisi penayangan Puteri Indonesia yang telah diselenggarakan sejak tahun 1992. Mereka memiliki pemaknaan yang beragam terkait daya tarik dari tayangan Puteri Indonesia. Pemaknaan yang diungkapkan menjelaskan alasan untuk mengikuti perkembangan ajang Puteri Indonesia hingga penayangan terbarunya pada 6 Maret 2020. Berdasarkan hasil

wawancara, kedelapan informan memaparkan beberapa alasan yang menjadi daya tarik dari acara Puteri Indonesia. Alasan yang diungkapkan seperti: acara tahunan, tujuan kontes kecantikan internasional, berkaitan dengan bidang kerja, faktor prestasi finalis, hingga ketertarikan mencari informasi akan dibahas lebih lanjut.

1. Acara Tahunan

Pada tahun 2020, ajang tahunan Puteri Indonesia sukses ditayangkan secara langsung melalui stasiun televisi SCTV dan layanan OTT milik EMTEK Grup. Penyelenggaraan acara yang memasuki tahun ke 24, menghadirkan 39 finalis yang berkompetisi mewakili 34 provinsi. Selain itu, sederet bintang tamu hadir memeriahkan ajang Puteri Indonesia 2020. Penyanyi ternama Indonesia seperti, Afgan, Bunga Citra Lestari, Isyana Sarasvati hadir membawakan lagu-lagu hits untuk menghibur penonton dan mengiringi finalis. Penyelenggaraan acara juga dipadukan dengan mengangkat tema budaya dan pariwisata provinsi NTT. Konsep acara tahunan atau *annual* yang menarik, dinilai oleh 3 informan sebagai alasan untuk menyaksikan acara Puteri Indonesia.

Informan 6 melihat acara tahunan dari Puteri Indonesia dengan memadukan konsep *entertainment*, dan kebudayaan adalah daya tarik utama. Baginya, Puteri Indonesia sudah menjadi acara tahunan bagi keluarga dengan konsep paket lengkap yang menghadirkan penyanyi terkenal hingga finalis perempuan yang menarik. Secara khusus, ia melihat Puteri Indonesia adalah acara *showbiz*, penuturan dari informan 6 sebagai berikut,

> "Aku liat Puteri Indonesia udah seperti tontonan rutin tahunan..Puteri Indonesia sudah lebih dari sekedar pageant tapi udah semacam showbiz, karena kan

> ngundang artis-artis kayak kemaren ada BCL, Isyana, sama Afgan kan ya.…Sisi lain, juga acara showbiz yang yang ngangkat atau basis culturenya kental dibandingin pageant-pageant Indonesia lain."

Selain itu, informan 2 dan 7 menilai bahwa konsep acara tahunan dengan menghadirkan para finalis perempuan melalui rangkaian acara menjadi daya tarik Puteri Indonesia. Menurut informan 2, acara ini dikemas secara menarik dengan memberikan manfaat positif seperti menginspirasi, dan menggambarkan kesetaraan gender dengan memberikan ruang bagi perempuan untuk berekspresi. Penuturan dari informan 2 sebagai berikut,

> "Acara Puteri Indonesia acara yang diselenggarakan 1 tahun sekali. Selain untuk hiburan, di Puteri Indonesia bisa belajar banyak, menggambarkan kesetaraan gender yang membuktikan bahwa perempuan Indonesia dapat berprestasi."

Sementara informan 7, menambahkan poin positif dari acara Puteri Indonesia yang menginspirasi dan cocok dinikmati dengan keluarga. Pandangan dari informan 7 sebagai berikut,

> "Bagi saya seru, acaranya juga 1 tahun sekali, terus nambah wawasan juga, edukasi buat keluarga… wanita-wanita Indonesia itu mempunyai cara pandangnya masing-masing dalam hal yang tentunya ada nilai positif, itu uniknya."

Sejarah kontes kecantikan menurut Watson dan Martin (2004:7) diawali melalui konsep acara tahunan Miss America yang populer. Kepopuleran acara ini telah menginspirasi lahirnya ajang kecantikan serupa di Amerika seperti, Miss Universe, dan Miss USA. Pengaruh ajang kecantikan juga menyebar ke berbagai negara dengan menerapkan konsep acara menarik, yang mengakomodasi siaran menghibur seperti menyuguhkan banyak pertunjukkan, dan menambahkan koreografi pada sesi acara.

Kontes kecantikan yang diselenggarakan di seluruh dunia memiliki kemiripan dan telah lama menjadi acara tahunan yang dinikmati bersama keluarga. Riverol menilai televisi telah membantu meninggalkan jejaknya pada struktur dasar dari kontes yang memberikan pengalaman bagi penontonnya. Kontes kecantikan adalah perhelatan tahunan yang menjadi ruang bagi perempuan yang memperkuat ide-ide tentang femininitas, sekaligus ruang budaya, hiburan, pameran mode, dan teater, di mana setiap fase presentasi dinilai (Watson & Martin, 2004:7). Pandangan ini diperkuat dengan penuturan dari informan 2, 6, 7 yang menilai daya tarik acara Puteri Indonesia terkhusus pada penyelenggaraan tahun 2020 yang menampilkan konsep acara hiburan yang dikemas dengan menarik seperti menghadirkan finalis yang menyuarakan pandangannya melalui serangkaian acara dalam kontes.

2. Memiliki Tujuan Kontes Kecantikan Internasional

Yayasan Puteri Indonesia yang mengatur penyelenggaraan kontes Puteri Indonesia telah memegang tiga lisensi kontes kecantikan internasional. Lisensi yang dipegang meliputi ajang seperti, Miss Universe, Miss International, dan Miss Supranational. Tiga ajang kontes internasional tersebut menjadi salah satu *reward* yang diberikan untuk tiga besar finalis Puteri Indonesia.

Tujuan kontes kecantikan internasional seperti Miss Universe, menurut informan 1 dan 8 menjadi hal yang menarik. Informan 1 menekankan tujuan yang jelas dari ajang Puteri Indonesia dengan tujuan ke ajang internasional. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Acara Puteri Indonesia ada intention yang jelas arahnya, jadi pemenangnya itu disiapkan untuk mengikuti ajang kecantikan internasional seperti, Miss Universe… moral value yang ditekankan menarik, seperti Miss Universe yang jadi salah satu tujuan dari Puteri Indonesia ini juga moral value menekankan confidently beauty."

Pandangan dari informan 1 menilai kontes internasional seperti Miss Universe menjadi langkah yang baik untuk pemenang Puteri Indonesia untuk menyuarakan pandangannya tidak hanya berhenti di ajang nasional. Sementara, menurut informan 8 tujuan ke ajang internasional dan diawali oleh prestasi Artika Sari Devi di ajang Miss Universe memberikan daya tarik baginya untuk menyaksikan kontes Puteri Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalau untuk Puteri Indonesia sejak Kak Artika, karena memang pada waktu itu kontes kecantikan banyak dibicarakan setelah Kak Artika jadi pembuka placement di Miss Universe… Puteri Indonesia juga ajang kecantikan nasional yang sudah cukup lama, dan besar, di mana acara ini punya tujuan yang jelas, dan finalis berkesempatan untuk ikut ke ajang yang lebih besar seperti Miss Universe."

Sedangkan, Informan 5 memberikan pandangan ketertarikan menonton ajang Puteri Indonesia diawali saat melihat tayangan Miss Universe. Ketertarikannya bertambah setelah melihat konsep acara yang mengundang 3 ratu kecantikan dari ajang Miss Universe, Miss International, dan Supranational yang telah dilakukan sejak penyelenggaraannya pada tahun 2017-2020. Penjelasan dari informan 5 sebagai berikut,

> "Jadi dari dulu itu suka sama acara fashion, terus pas 2010 itu lihat Miss Universe...Dari situ jadi tertarik ngikuti Puteri Indonesia. Puteri Indonesia ini kan yayasannya mengirimkan perwakilan ke ajang internasional, terus menarik melihat para pemenang dari tiga ajang internasional kayak, Miss Universe, Miss International, sama Miss Supra datang buat crowning, itu keren sih."

Kepopuleran kontes kecantikan internasional diawali dengan berdirinya kontes Miss World dan Miss Universe pada tahun 1951 dan 1952. Penyelenggaraan kontes kecantikan internasional telah menarik partisipasi dari perempuan di berbagai negara. Keikutsertaan dan konsep acara dirancang untuk menunjukkan karakter unggul dari finalis yang mewakili negara mereka (Cohen et al., 1996:10). Pemilihan perwakilan atau ratu kecantikan nasional dilakukan untuk berkompetisi di tingkat internasional, menjadi mekanisme penting untuk mengekspresikan sentimen nasionalis ketika tampil di panggung (Cohen, 2015:2). Untuk itu, keikutsertaan 3 besar pemenang Puteri Indonesia ke ajang kecantikan internasional menurut informan 1, 5, dan 8 menjadi daya tarik dari acara.

3. Berkaitan dengan Pekerjaan

Kontes kecantikan seperti Puteri Indonesia didukung banyak sponsor yang berkaitan dengan banyak bidang usaha. Perhelatan ini didukung dengan parade busana dari desainer ternama, industri *make-up*, dan juga dikomunikasikan secara luas melalui media *partner* yang bergabung.

Penggunaan *sash* atau selembang juga menjadi identitas yang tidak dapat dilepaskan dengan kontes kecantikan. Informan 3 yang memiliki usaha di bidang selempang, sekaligus menjadi *partner* resmi kontes Puteri Indonesia. Keterlibatan usaha dalam kontes, telah membuatnya tertarik untuk menyaksikan acara Puteri Indonesia. Informan 3 menuturkan,

> "Nonton karena vendor yang bikin selempang, jadi selalu ngikutin tiap tahun…seneng aja liat selempangku bisa dipake apalagi pas sesi catwalk keliatan jelas."

Selanjutnya, informan 4 yang memiliki usaha rias pengantin yang juga menyediakan busana kebaya, menjadikan acara Puteri Indonesia untuk referensi mode. Pandangan dari informan 4 sebagai berikut,

> "Saya suka ngeliat kebayanya, make-up gitu, referensi mode. Jadi karena saya itu ada usaha rias manten, juga nyediakan kebaya buat mantennya."

Penyelenggaraan kontes kecantikan tak hanya diselenggarakan secara megah untuk tingkat internasional, melainkan di tingkat nasional keterlibatan bisnis dari industri lokal turut mendukung penyelenggaraan kontes (King-O'Riain, 2008:77). Pertunjukkan acara yang menampilkan finalis dengan balutan busana dari desainer ternama, didukung dengan tampilan melalui *make-up*, tatanan rambut rapi, dan tampilan simbolik seperti penggunaan selempang telah menjadi hal yang diperlihatkan dalam acara Puteri Indonesia. Bidang usaha yang dijalani oleh informan 3 dan 4 yang berkaitan dengan pertunjukkan acara Puteri Indonesia diakui menjadi daya tarik bagi mereka untuk menyaksikan acara setiap tahunnya.

4. Faktor Daya Tarik Finalis

Kontes Puteri Indonesia yang diselenggarakan sejak 1992 telah mencetak banyak alumni dari berbagai daerah. Tirto.id secara khusus menuliskan artikel terkait kontes Puteri Indonesia. Kontes ini telah membuat sebagian finalis memiliki karir cemerlang di berbagai bidang (Kirnandita, 2018). Selain konsep acara tahunan yang diusung oleh Puteri Indonesia, daya tarik finalis juga menjadi alasan untuk menyaksikan acara.

Pandangan terkait daya tarik finalis, diungkapkan oleh informan 2. Menurutnya, prestasi dari finalis, yaitu Puteri Indonesia 2014 yang diberitakan di Koran menjadi awal yang membuatnya tertarik. Pemberitaan yang dibaca saat itu membahas prestasi dari Elvira Devinamira, Puteri Indonesia 2014 yang memenangkan gelar *best national costume* di ajang Miss Universe 2014. Sejak saat itu, informan 2 mulai menonton acara Puteri Indonesia. Ungkapan ketertarikan pada finalis diutarakan sebagai berikut,

> "Tertarik menonton setelah lihat prestasi Indonesia, jadi suka mengikuti Puteri Indonesia…saat itu liat kak Elvira menang best national costume di Koran waktu Miss Universe."

Selanjutnya, menurut informan 6 daya tarik finalis yaitu, Anindya Kusuma Putri yang dinobatkan sebagai Puteri Indonesia 2015 menjadi alasannya untuk mengikuti perkembangan dunia *pageant*. Kedekatan personal dalam organisasi kemahasiswaan, dan prestasi cemerlang Anindya membuatnya menyaksikan setiap tahun acara Puteri Indonesia terhitung sejak tahun 2015. Penuturannya sebagai berikut,

> "Jadi ngikutin pageant karena demi nonton kak Anindya Puteri pas 2015, dia mentor aku pas di AIESEC, jadi lumayan kenal. Aku bela-belain tuh nonton full, dan akhirnya dia menang kan. Jadi udah nyemplung aja di dunia pageant dan diterusin nonton sampe sekarang."

Pemberitaan kompas.com menuliskan bahwa prestasi dari para finalis Puteri Indonesia di ajang seperti Miss Universe meroket dalam satu dekade terakhir. Dua nama yang disebutkan oleh informan menorehkan prestasi dalam berbagai bidang, termasuk kontes kecantikan Miss Universe. Informan 2 menyebutkan nama Elvira Devinamira yang merupakan wakil Indonesia di Miss Universe 2014 meraih posisi 15

besar, dari total 88 finalis yang berkompetisi dari berbagai negara. Sama halnya dengan Elvira, Anindya berhasil mempertahankan *placement* Indonesia di ajang Miss Universe (Azanella, 2018). Lebih lanjut, dilansir melalui cnnindonesia.com, prestasi yang diraih Anin selama reses dari kontes pemilihan Puteri Indonesia salah satunya adalah, menjabat sebagai Presiden International Association of Students in Economic and Commercial Sciences (AIESEC) Universitas Diponegoro 2013-2014 (Wahyuni, 2015). Untuk itu, prestasi dan latar belakang finalis menjadi daya tarik yang dinilai oleh informan 2 dan 6 untuk menyaksikan acara Puteri Indonesia.

5. Ketertarikan Mencari Informasi Ajang Puteri Indonesia

Euforia kontes kecantikan yang meningkat membuat banyak informasi yang disediakan di *platform* media. Informasi terkait dunia *pageant* juga mulai dihadirkan melalui *fanpage* yang hadir melalui media sosial seperti, Facebook, dan Instagram. Pemilihan media sosial seperti Instagram dipilih oleh kedelapan informan untuk mencari informasi terkait dunia *pageant*, khususnya kontes Puteri Indonesia.

Secara khusus, beberapa informan menjelaskan akun atau *fanpage pageant* yang menjadi acuan mereka untuk mencari informasi. Informan 1 memilih untuk mengikuti *fanpage pageant* di Instagram saat memasuki musim kompetisi kontes kecantikan. Selain itu, beberapa akun media sosial dari pemenang Miss Universe juga diikuti oleh informan 1. Beberapa akun yang menjadi acuannya dalam mencari informasi dijelaskan sebagai berikut,

> "Akun media sosial yang masih diikuti di IG paling ex Miss Universe Demi Leigh, sama kalau sudah mulai kompetisi pageant baru ngikuti akun pageant terkenal kayak DPIDAMU, Missosology."

Sementara untuk informan 2 juga menjadikan akun *fanpage* Instagram untuk mencari informasi. Ia menuturkan, "Kalau media sosial kayak Instagram ada DPIDAMU, Indopageant, Garuda Pageant." Pola pencarian dengan mengacu pada akun *fanpage* di Instagram ini, juga menjadi pilihan untuk informan 3. Usaha yang digeluti sebagai penyedia *sash*, mendorongnya untuk melihat tren dari kontes kecantikan. Ia menerangkan bahwa,

> "Aku follow beberapa pageant account, banyak sih, contohnya DPIDAMU, karena mau engga mau aku harus selalu update yang lagi happening itu apa. Tapi, memang dari pageant-pageant itu yang ditunggu-tunggu Puteri Indonesia."

Selanjutnya, informan 5 dan 6 juga memilih media sosial melalui akun *fanpage pageant* untuk menjadi acuan. Sedangkan untuk informan 1, 3, dan 8 menjelaskan tidak memiliki spesifik akun yang menjadi acuan dalam mencari informasi dan menggunakan berbagai *platform* tak hanya Instagram untuk mengakses informasi terkait kontes Puteri Indonesia. Kehadiran dari media sosial telah menjadi wadah komunikasi dari penggemar kontes kecantikan Indonesia. Angkasa Mega, selaku Kepala Komunikasi Yayasan Puteri Indonesia memberikan tanggapannya terkait manfaat dari sosial media. Menurutnya, kehadiran dari sosial melalui forum dan akun dari *pageant lovers* memainkan peran penting untuk perkembangan dari ajang Puteri Indonesia. Komentar yang ditinggalkan oleh *pageant lovers,* menurutnya telah

memberikan dukungan dan membantu yayasan untuk membentuk puteri-puteri terbaik (www.bbc.com, 2018).

Aktifitas seperti meninggalkan komentar positif berupa dukungan melalui media sosial pernah dilakukan oleh beberapa informan. Komentar berkaitan dengan *fashion* ditinggalkan oleh informan 1 ke beberapa akun dari pemenang Miss Universe dan Puteri Indonesia. Ia menuturkan bahwa, "Pernah ninggalin komen di media sosial, tapi bukan hate comment, hanya sebatas pujian seperti, cantik, outfitnya keren banget." Komentar pujian dan dukungan juga ditinggalkan oleh informan 2, salah satunya pada akun media sosial instragram Elvira, Puteri Indonesia 2014. Selain itu, informan 6 menjelaskan bahwa pernah meninggalkan komentar dukungan di akun media sosial Puteri Indonesia 2015. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa "awal-awal komen di akun kak Anin, cuma go go Kak Anin.. pernah juga ngebelain Sonia yang dibully."

Aktivitas dari *fanpage pageant*, tak berhenti hanya di media sosial. Yayasan Puteri Indonesia mengundang para *pageant lovers* yang tergabung dalam akun *fanpage* seperti DPIDAMU, Garuda Pageant, Indo Pageant untuk hadir dalam beberapa *event* yang diselenggarakan. Salah satu *event* seperti, *press conference* para Puteri Indonesia sebelum keberangkatan ke ajang internasional, turut dimeriahkan oleh kedatangan dari para *pageant lovers* (Ratnasari, 2017). Kegiatan *press conference* untuk keberangkatan dari Bunga Jelitha, Puteri Indonesia 2017 ke ajang Miss Universe pernah dihadiri oleh informan 6. Ajakan dari teman yang memiliki akses untuk masuk ke acara membuatnya hadir dalam *press conference*. "Aku pernah itu sekali ngikutin kegiatan yang biasa

digagas sama komunitas pageant kan, pas itu liat press conference-nya Bunga Jelitha," jelas informan 6 terkait dengan aktivitas pencarian informasi di luar sosial media.

Kedelapan informan yang terlibat dalam wawancara menjelaskan pernah melakukan pencarian informasi terkait kontes Puteri Indonesia. Para informan memiliki ketertarikan dalam pencarian informasi melalui media *online* seperti media sosial Instagram, Youtube, dan berita *online*. Preferensi *platform online* yang digunakan, dan aktivitas seperti meninggalkan komentar saat mengakses informasi menunjukkan adanya persamaan, dan perbedaan yang membuat adanya keberagaman pemaknaan dari para informan.

4.3 Analisis Resepsi

Pandangan dari informan akan dikelompokkan untuk memecahkan kode makna dalam teks-teks budaya, khususnya wacana televisual. Posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi merupakan 3 kategori posisi penonton yang akan dianalisis lebih lanjut. Posisi pertama yaitu, dominan adalah sistem yang menyampaikan nilai-nilai, *preferred reading*, atau dalam hal ini penonton menyetujui nilai-nilai dominan, seperti yang ditawarkan media. Selanjutnya, posisi negosiasi diartikan bahwa penonton menerima nilai dominan dan struktur yang ada, tetapi memiliki pandangan lain yang menempatkan sudut pandang, seperti menempatkan diri pada kelompok tertentu dalam struktur yang perlu diperbaiki. Terakhir, posisi oposisi menjelaskan posisi penonton yang memiliki pandangan yang berbeda dengan makna dominan (Fiske, 2008:153).

Untuk itu, analisis resepsi dalam penelitian ini akan mengelompokkan sistem pemaknaan informan (posisi dominan, negosiasi, dan oposisi) dalam konsep Teori *Standpoint.* Pengelompokkan adegan objektifikasi seksual dijelaskan sebagai berikut:

1. Sudut pandang kelompok berkuasa, menjelaskan *standpoint* bersifat parsial dan merugikan. Sesi acara dari Puteri Indonesia 2020 yang digolongkan ke dalam konsep ini adalah, (1) pemanfaatan tubuh finalis dalam sesi *opening dance*, (2) peluang dan tampilan finalis Aceh dalam sesi *opening number*, (3) *skill* dalam sesi *catwalk*, (4) ketentuan busana dalam cuplikan ajang Miss Universe, (5) transformasi fisik Puteri Indonesia dalam cuplikan ajang Miss Universe, (6) standar kecantikan ideal 3 besar Puteri Indonesia 2020 dalam sesi pengumuman pemenang.
2. Kepentingan kelompok berkuasa, menjelaskan kategori pemaknaan informan melalui 2 adegan yang menampilkan promosi sponsor Mustika Ratu. Adegan yang termasuk dalam konsep ini sebagai berikut: (1) tampilan feminin dalam video "The Jewel of Indonesia NTT", (2) pemanfaatan Puteri Indonesia dalam sesi promosi produk Mustika Ratu.
3. Pengetahuan tersituasi, menjelaskan pemaknaan informan melalui adegan sebagai berikut: (1) penilaian dalam sesi tanya-jawab, (2) pelatihan dalam sesi karantina.

4.3.1 Sudut Pandang Kelompok Berkuasa

Sudut pandang atau *standpoint* adalah konsep utama dalam Teori *Standpoint*, yang menjelaskan bahwa seseorang dapat memperoleh posisi berdasarkan pada lokasi sosial

yang mempengaruhi aspek interpretasi pada kehidupan. Perspektif dari Hartsock menjelaskan bahwa, “standpoint is not simply an interested position (interpreted as bias) but is interested in the sense of being engaged.” Ini menunjukkan bahwa terdapat realitas kekuasaan yang bekerja dalam suatu komunitas. Pandangan atau visi kelompok yang berkuasa dapat menjadi sesat, dan dapat menjadi nyata melalui kekuatan kelompok untuk mendefinisikan istilah-istilah bagi komunitas secara keseluruhan (Hartsock, 2019:142). Selain itu, Hartsock mendefinisikan keterlibatan yang melihat bahwa perspektif dibentuk melalui berbagai pengalaman terstruktur melalui posisi seseorang dalam hierarki sosial. Sebuah perspektif kemudian memungkinkan untuk mencapai suatu *standpoint* yang dapat diraih hanya melalui usaha.

Mengaitkan teori ini dalam praktik media, menunjukkan adanya kuasa untuk mengatur tubuh menjadi sesuai. Penyelenggaraan kontes kecantikan misalnya, sebagai acara media, kontes seperti Miss America, menjelaskan konsep bahwa perempuan yang mengikuti kontes kecantikan adalah gambaran dari perempuan yang sukses, dan memiliki komitmen terhadap heteroseksualitas. Komitmen ini dibentuk melalui usaha mereka yang patuh dan tampil feminin dalam setiap sesi acara dalam kontes kecantikan (Banet-Weiser, 2015:170). Pengaruh kontes kecantikan Miss America telah memberikan gebrakan untuk penyelenggaraan kontes kecantikan modern. Kontes kecantikan kemudian menjadi acara yang diselenggarakan di banyak negara termasuk Indonesia seperti, kontes Puteri Indonesia. Pembahasan konsep Teori *Standpoint* yaitu, sudut pandang kelompok berkuasa mengelompokkan 8 adegan yang terdapat dalam 5 sesi acara Puteri Indonesia 2020.

Pertama, sudut pandang kelompok berkuasa terkait pemanfaatan tubuh finalis dalam sesi *opening dance*, menjelaskan bahwa perbedaan gender telah membuat adanya perbedaan sudut pandang dan menjadi sesuatu yang problematis (West & Turner, 2008:181). Dalam pembahasan pertunjukkan tari, perbedaan sudut pandang ini pun menjadi tampak. Penelitian yang dilakukan oleh Helen Thomas (1993) menyatakan bahwa tubuh yang menari, baik bagi laki-laki maupun perempuan, adalah tubuh yang bekerja secara aktif. Namun demikian, tubuh perempuan yang aktif bekerja diimbangi oleh gambaran tubuh yang lebih pasif sebagai sesuatu yang dilihat dan dipersepsikan. Argumen Mulvey digunakan untuk menerangkan bahwa elemen aktif, tidak harus berkaitan dengan maskulin, tetapi hal lainnya dapat ikut bermain dari tatapan laki-laki. Misalnya, ketika sosok protagonis perempuan sebagai penari ditempatkan di tengah panggung dalam narasi. Meskipun demikian, hubungan asimetris antara tubuh yang bertindak aktif, dan tubuh perempuan yang tampak pasif, tidak terjadi dalam kasus penari laki-laki. Penari perempuan lebih banyak dievaluasi dari tubuhnya, sedangkan evaluasi penari laki-laki terletak pada aktivitas dan kekuatan (Thomas, 1993:89).

Kedua, pembahasan tampilan berhijab finalis Aceh menunjukkan bahwa *standpoint* dari kelompok berkuasa bersifat parsial dan merugikan. Hal ini terlihat dalam sesi *opening number* dari finalis Aceh yang tampil berbeda dengan hijab. Adanya standar tertentu dari kontes kecantikan memberikan kerugian bagi finalis yang tidak sesuai dengan tujuan kontes Puteri Indonesia ke ajang internasional. Standar dalam kontes kecantikan ini telah lama menjadi kritik dari para feminis. Kontes

kecantikan telah menekankan pada penampilan perempuan dengan standar kecantikan yang ideal, dan tidak mementingkan keragaman di antara mereka. Standar kecantikan internasional berdasarkan wajah, sosok, proporsi, dan postur tubuh mulai mempengaruhi kontes lokal, dan keputusan mereka dalam memilih perwakilan (Srivastava, 2020:5).

Ketiga, *skill* dalam sesi *catwalk* berkaitan dengan heteroseksualitas dalam kontes kecantikan, yang dapat dikaitkan dengan konsep dari Teori *Standpoint* Feminis. Secara khusus, teori ini memfokuskan perhatian pada pengetahuan yang muncul dari kondisi, dan pengalaman perempuan. Berakar dari teori Marxis, teori ini mengingatkan bahwa kategori dan kriteria untuk menilai kebenaran cenderung menjadi pemikiran kelompok berkuasa (Littlejohn & Foss, 2009:396). Harrington (2020:12) menjelaskan bahwa, dunia kompetisi yang disiarkan televisi, dan media sosial melestarikan identitas heteroseksual yang berkuasa dengan peran stereotip oleh masing-masing gender. Perempuan contohnya, diposisikan untuk menghasilkan penampilan dan gerakan yang dianggap menarik secara seksual. Hal ini pun berhubungan erat dengan kontes kecantikan, yang memiliki standar dan tuntutan bagi para pesertanya untuk tampil menarik dalam setiap sesi, termasuk sesi *catwalk.*

Keempat, konsep sudut pandang kelompok berkuasa menjelaskan standar dan ketentuan kontes kecantikan internasional dalam sesi video cuplikan prestasi ajang Miss Universe. Ketentuan dan dukungan dari pihak yang berkuasa seperti pemerintah membuat perkembangan ajang kontes Puteri Indonesia semakin signifikan, ditandai dengan prestasi dan keikutsertaan tiga besar pemenang Puteri Indonesia ke ajang

kecantikan internasional, salah satunya Miss Universe. Namun, kepentingan kontes kecantikan internasional dengan parade busana minim, seperti bikini, menjadi sasaran protes kelompok agama, dan menjadi fokus kelompok feminis. Hal ini pernah terjadi di Indonesia, terkait protes penyelenggaraan Puteri Indonesia, dan pengiriman perwakilan ke ajang Miss Universe. Protes hingga berujung pada laporan ke pihak berwajib dilakukan oleh kelompok Front Pembela Islam (Bennett & Davies, 2015:287). Selain terkait ketentuan penggunaan busana terbuka, transformasi fisik juga menjadi hal penting yang dilakukan oleh Frederika, Puteri Indonesia 2019 sebelum berkompetisi ke ajang internasional Miss Universe. Parameswaran (2005:421) secara khusus meneliti penyelenggaraan kontes nasional Miss Femina India, di mana media memproyeksikan ratu kecantikan sebagai pekerja profesional ideal di era ekonomi global. Selain itu, citra ratu kecantikan India dalam penggambaran media di majalah *fashion* telah menyandingkan gambar mereka yang tersenyum mengenakan mahkota, dilengkapi dengan pemberitaan mereka yang rajin berolahraga, dan menghabiskan waktu untuk *treadmill*. Penjelasan ini menggambarkan cerita dari perjuangan ratu kecantikan yang tidak hanya relevan di India, tetapi juga berlaku dengan realita kontes kecantikan Puteri Indonesia. Transformasi menjadi hal penting disorot untuk mendukung sudut pandang kelompok berkuasa seperti, pihak sponsor, dan penggambaran dari media.

Kelima, standar kecantikan dalam sesi pengumuman pemenang memperlihatkan sudut pandang kelompok berkuasa. King-O'Riain (2006:76) menjelaskan bahwa pemenang kontes atau ratu kecantikan diibaratkan seperti simbol

komunitas kolektif, di mana ratu adalah ciptaan aktif dan perwujudan dari standar komunitas. Tubuh dari ratu kecantikan bertuliskan makna rasial dan etnis, baik melalui proses kontes, maupun melalui pandangan orang-orang padanya. Pertama, ratu secara simbolis mewakili komunitas sebagai tipe ideal. Meskipun banyak perempuan tidak ideal dalam penampilan atau perilaku, seperti kebanyakan tipe ideal, ratu memiliki karakteristik yang tidak dapat dicapai, dan tidak realistis yang membedakannya dengan perempuan lain. Beberapa karakteristik ini ditetapkan dalam aturan formal kontes, seperti ras/ keturunannya, statusnya yang belum pernah menikah, hingga kualifikasi fisik yang ditetapkan. Aturan lainnya adalah, masalah etika kontes yang lebih informal, seperti mencerminkan standar kebudayaan dari kontes. Penjelasan ini juga tampak dari penyelenggaraan kontes kecantikan Puteri Indonesia yang menetapkan standar "3B (Brain, Beauty, Behavior)". Puteri Indonesia kemudian melalui pemenangnya membantu menciptakan standar kecantikan Indonesia. Namun, menemukan standar kecantikan Indonesia tampaknya merupakan tugas yang sulit, mengingat terdapat jenis ras yang beragam dari Melanesia hingga Melayu. Selain itu, ada kontradiksi yang melekat antara kecantikan "standar" dan "kecantikan khusus". Model *fashion* Indonesia, bagaimanapun, seringkali adalah Indo atau blasteran, dan ini terlihat dari gambaran pemenang Puteri Indonesia. Konsep kecantikan orang Eurasia menjadi impian dan gambaran yang melekat sejak anak-anak, dan dipopulerkan lewat berbagai acara media (Bennett & Davies, 2015:284).

Berdasarkan pada penjelasan adegan dalam konsep ini, lebih lanjut akan dibahas tipe pemaknaan dari kedelapan informan untuk menentukan posisi mereka

sebagai khalayak (posisi dominan, posisi negosiasi, posisi oposisi). Penjelasan adegan yang dikategorikan dalam konsep sudut pandang kelompok berkuasa sebagai berikut:

4.3.1.1 Pemaknaan Pemanfaatan Tubuh Finalis dalam Sesi *Opening Dance*

Sesi *opening dance* menampilkan 39 finalis yang berkompetisi di ajang Puteri Indonesia 2020. Lagu berjudul "Pesta" dibawakan oleh penyanyi Isyana Sarasvati yang menjadi pengiring dalam sesi *dance.* Koreografi teratur ditampilkan dengan musik yang memiliki *beat* cepat. Adegan dalam sesi ini, menghasilkan *preferred reading* bahwa, sesi *dance* menjadi hiburan dalam acara yang memanfaatkan gerakan tubuh finalis untuk menarik penonton. Pemaknaan dari informan terbagi menjadi posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Selain itu, mayoritas informan memaknai adegan ini dalam posisi dominan. Penjelasan posisi informan dalam memaknai adegan ini sebagai berikut:

1. Posisi Dominan

Empat informan berada dalam posisi dominan, mereka menyetujui *preferred reading* terkait sesi *dance* yang menjadi bagian hiburan dari acara yang menampilkan gerakan tubuh yang menarik untuk penonton. Pertama, informan 2 yang merupakan informan berusia 16 tahun memaknai sesi *dance* sebagai bagian acara yang menghibur. Ia juga beranggapan pengambilan gambar dari sesi *dance* sudah sesuai dengan tujuan dari sesi acara. Pemaknaannya sebagai berikut:

> "Kalau saya melihat untuk menghibur, supaya acaranya tidak membosankan.. Untuk pengambilan gambar masih sesuai dengan dancenya."

Berikutnya, informan 3 (27 tahun) yang merupakan informan perempuan berada dalam posisi ini. Profesinya yang berkaitan dengan bidang *pageant*, menghasilkan pemaknaan bahwa pemilihan sesi *dance* sebagai pembuka acara, merupakan keputusan yang tepat. Sesi *opening dance*, menurutnya, dapat membuat penonton tertarik, dan menjadikan acara lebih dinamis. Penuturannya sebagai berikut,

> "Aku engga ada masalah sih sama acaranya, untuk sesi dance juga bagus, udah dapet semuanya, dan memang penting juga supaya ga monoton acaranya, udah bagus dan makin meningkat dari tahun ke tahun."

Selain itu, bagi informan 3, penyelenggaraan acara seperti halnya sesi *dance* mengalami banyak peningkatan. Pengaturan waktu, koreografi, dan juga busana dalam sesi ini, dinilai semakin baik dibandingkan penyelenggaraan sebelumnya. Terkait dengan komposisi penyajian sesi *dance*, seperti dari segi *shot* kamera, juga dinilai sudah cukup baik. Ia menjelaskan bahwa,

> "Untuk dance memang kan ada gerakan tubuh, jadi ya memang seharusnya kamera itu ambil gambar dari tubuh si pesertanya. Balik lagi aku engga notice hal aneh dari sudut kamera, kalo misal dari adegan dance ini kan pergerakan kamera juga cepet ya ngikutin dari pesertanya."

Kemudian, posisi dominan juga dimaknai oleh informan laki-laki, yaitu informan 6. Ia berpendapat bahwa sesi *dance* sebagai bagian acara yang tidak dapat dipisahkan dengan kontes kecantikan. Koreografi yang menarik, dengan perpaduan musik, dan juga unsur budaya NTT yang diselipkan dalam sesi *opening dance*, menjadi salah satu hal yang menarik untuk ditonton. Pemaknaan informan 6 sebagai berikut,

> "Dance itu bisa dibilang penting juga karena memang acara pageant formatnya di mana-mana gitu, dan sukanya sama Puteri Indonesia itu pageant yang masih angkat nilai budaya, jadi untuk dance masih ada sentuhan etniknya. Kalo ada

> sesi dance acara jadi lebih ada variasinya, ada sesi yang serius, tapi juga ada yang santai kayak catwalk, dance."

Lebih lanjut, informan 6 menjelaskan bahwa sesi *dance* menjadi bagian yang dapat membuat penonton lebih santai, dan menikmati acara. Kemudian, terkait dengan komposisi gambar dan *shot* kamera, informan 6 menilai bahwa, menjadi hal yang wajar jika kamera berfokus pada tubuh para finalis selama sesi ini. Konteks dari kontes kecantikan, membuat sorot kamera pada tubuh ideal, dan gerakan gemulai dari para finalis menjadi hal yang diutamakan, ia menjelaskan bahwa,

> "Ini ya udah improve, bahkan seringkan PL suka request ke Pak Indra harus gimana, misalnya aja kayak, tolong dong lebih fokus ke finalis...memang tuntutan juga untuk harus fokus sama tubuh dan gerakan mereka. Aku sih fine-fine aja sebenernya soal scene ini, ya memang bajunya ngepres gitu kan, mau menggambarkan cantik yang sehat gitu, cantik yang langsing gitu lo."

Terakhir, informan yang berada dalam posisi ini adalah informan laki-laki, yaitu informan 7. Menurutnya, sesi *opening dance* adalah bagian acara yang memiliki nilai seni. Sesi ini memiliki nilai hiburan yang menjadi penting untuk penyeimbang sesi lainnya dalam acara. Penjelasan informan 7 sebagai berikut,

> "Bagian dari acara di Puteri Indonesia semuanya sudah bagus termasuk yang dance. Sesi ini fungsinya kalo saya ya konteksnya supaya menarik, menghibur penonton dengan tari-tari, diiringi musik modern dan tradisional. Karena memang engga bisa semuanya dibuat acara tanya-jawab nanti kayak cerdas cermat, ya memang itu acara untuk hiburan jadi sesinya juga disesuaikan."

Sesi *opening dance*, bagi informan 7 menilai bahwa fokus kamera pada tubuh finalis adalah bagian dari ketentuan yang disesuaikan dengan konsep yang artistik. Selanjutnya, ia menambahkan bahwa, kostum yang ketat juga merupakan bagian dari pertunjukkan seni, yang tujuannya untuk memudahkan gerakan finalis. Melalui

wawancara, informan 7 menerangkan bahwa, “kalo saya melihat ini gimana ya, ini itu seni aja, memang pakaian dari pesertanya *press body*, tapi balik lagi ini ada tujuannya, sebagai bagian dari pertunjukkan seni saja,” jelas informan 7 terkait dengan sesi *opening dance*.

Posisi dominan dimaknai oleh informan 2, 3, 6, dan 7 yang menilai bahwa, sesi *opening dance* menjadi bagian dari acara Puteri Indonesia 2020 yang menghibur dan menarik. Untuk itu, hasil pemaknaan para informan dalam posisi dominan adalah, sesi *opening dance* perlu berfokus pada gerak tubuh finalis, dan merupakan sesi yang menghibur.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi memunculkan posisi informan yang menerima sesi *opening dance*, sekaligus memiliki interpretasi yang berbeda dari beberapa hal dalam *preferred reading*. Terdapat 2 informan laki-laki yang berada dalam posisi ini.

Pertama, posisi negosiasi dimaknai oleh informan 5 yang merupakan informan laki-laki berusia 23 tahun. Menurutnya, sesi *dance* adalah bagian yang cukup dinantikan oleh para *pageant lovers*. Ia menjelaskan bahwa, “engga ada masalah sama sesi dance, dengan dance ini jadi lebih hidup gitu lo acaranya,” jelas informan 5 terkait pemaknaannya. Kemudian, terkait dengan komposisi dan pengambilan gambar dari sesi ini, menurutnya dapat menjadi masalah, dan *shot* kamera dinilai terlalu berfokus pada tubuh dari finalis. Ia menjelaskan bahwa,

> “Gapapa sih, tapi memang pengambilan gambarnya nggak fokus, kayak kurang profesional aja, kurang teg-teg gitu lo, nggak sesuai harapan. Jadi kesannya

> kayak jadi bukan menjadi kesatuan dari shot, kayak kepotong ke bagian tubuh belakang gitu, ke bagian kaki, harusnya teg teg yang cepet."

Kedua, informan 8 (28 tahun) memaknai sesi *opening dance* sebagai bagian dari acara yang umum dalam setiap kontes kecantikan. Di sisi lain, ia memiliki perbedaan dengan *preferred reading* yang ditawarkan terkait dengan pengambilan gambar dari sesi ini. Pemaknaannya sebagai berikut:

> "Kalau ditanya pandangan saya soal dance saya tidak ada masalah karena ini merupakan bagian dari acara dan sudah hal umum ditampilkan dalam acara kontes kecantikan…Tapi keberatan soal gesture atau ekspresi yang mana finalis kurang tepat menyampaikannya untuk dikonsumsi publik/masyarakat luas, dari lebih dipikirkan untuk masuk ke semua kalangan supaya tidak ada pemikiran bahwa ini hanya mengekspos tubuh saja."

Posisi negosiasi dimaknai oleh dua informan yaitu, informan 5, dan 8. Kedua informan yang berada dalam posisi ini menyetujui bahwa sesi *opening dance* sebagai bagian dari acara yang menghibur. Namun, perbedaan dengan *preferred reading* terletak pada pengambilan gambar yang kurang sesuai. Untuk itu, informan dalam posisi negosiasi menghasilkan pemaknaan bahwa, *opening dance* merupakan sesi yang menghibur, tetapi cara pengambilan gambar yang berfokus pada tubuh finalis tidak tepat.

3. Posisi Oposisi

Posisi oposisi menunjukkan pemaknaan dari informan yang bertolak belakang dengan *dominant reading*. Terdapat 2 informan perempuan (informan 1 dan 4) yang berada dalam posisi ini. Pertama, informan 1 menjelaskan bahwa sesi *opening dance*, yang ditampilkan dengan gerakan koreografi tari modern tidak memiliki tujuan, dan

seharusnya menampilkan tari tradisional yang lebih memiliki nilai. Ia menjelaskan bahwa,

> "Enggak penting sih, enggak ada intention-nya…Dari segi sajian acara sebenernya tidak ada masalah hanya saja harusnya untuk sesi dance kurang suka karena seperti itu tadi menonjolkan fisik dari peserta dan harusnya menampilkan tari tradisional aja."

Informan 1 menambahkan bahwa, ia tidak terlalu menyukai sesi *opening dance*, yang menurutnya hanya menampilkan keindahan fisik. Kedua, informan 4 menunjukkan pemaknaan serupa. Ia merasa sesi *dance* memamerkan gerakan tubuh finalis dengan menggunakan baju ketat yang menonjolkan lekuk tubuh. Pemaknaannya sebagai berikut:

> "Memang kalo diliat ini fokus sama badan, pakaiannya ketat, tapi kalo aku beda paling liat oh gini model bajunya, engga liat dari ya bentuk tubuhnya. kalo aku liat dari segi agamaku yo itu ga pantes. Memang ini masalahnya dari ambil gambarnya, soalnya mau ngeliatin baju-baju itu, sepatu yang di-endorse itu lah."

Terkait pandangan dari informan dalam posisi oposisi, Orlandi, Cross, & Orgs (2020:1) menjelaskan bahwa, gerakan *dance* berbeda dari gerakan sehari-hari, yang membuat para penari harus melatih tubuh untuk dapat menampilkan gerakan yang sesuai dan anggun. Untuk itu, pemaknaan informan dalam posisi oposisi menjelaskan bahwa, sesi *opening dance* menekankan pada keindahan fisik dari tubuh finalis.

4.3.1.2 Pemaknaan Peluang dan Tampilan Berhijab Finalis Aceh

Preferred reading yang ditawarkan terkait dengan adegan finalis Aceh dalam sesi *opening number* adalah, Aceh tampil berhijab dengan busana ketat yang tidak jauh

berbeda dengan finalis lain dalam memperebutkan peluang untuk menang. Pembahasan posisi informan dalam adegan ini memunculkan dua posisi yaitu, posisi negosiasi dan oposisi. Mayoritas informan dalam memaknai adegan ini berada dalam posisi negosiasi. Lebih lanjut, pembahasan tipe pemaknaan informan melalui adegan ini, dijelaskan sebagai berikut:

1. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi memunculkan beberapa informan yang menerima dan memaknai secara berbeda *preferred reading* yang ditawarkan. Terdapat 6 informan yang berada dalam posisi ini. Bagi informan 2, yang merupakan informan perempuan, memaknai tampilan Aceh dengan hijab telah menjadi kewajiban dari kebijakan Pemprov setempat. Ia mengatakan bahwa, "tidak masalah, dan memang Aceh mewajibkan pakai kerudung," jelasnya terkait dengan tampilan dari finalis Aceh. Berkaitan dengan peluang untuk Aceh merebut gelar pemenang dan mewakili ke ajang internasional, informan 2 memiliki pandangan yang berbeda. Menurutnya, akan sulit untuk finalis berkerudung mengikuti ketentuan dan aturan dari ajang internasional.

> "Selama ini, sepertinya memang belum ada perwakilan Aceh yang berkerudung ke top 3, bisa dibilang peluang buat ke ajang internasional nggak ada. Karena memang kalau untuk ikut ajang internasional itu ada ketentuannya, jadi sulit dengan aturan dari daerah Aceh untuk bisa mengikuti ketentuan ajang internasional."

Pandangan yang hampir sama diutarakan oleh informan 3, yang merupakan informan perempuan. Penampilan Aceh menurutnya sudah diatur oleh kebijakan dari daerah untuk tampil dengan hijab. "Kalo aku sih enggak ada masalah, memang

ketentuan dari daerahnya untuk Aceh seperti itu, dan dari segi pakaian atau tampilan aku enggak mempermasalahkan," jelas informan 3 terkait dengan tampilan dari finalis Aceh. Selain itu, terkait peluang dari Aceh untuk menang dan mewakili ke ajang internasional, ia melihat belum sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Yayasan Puteri Indonesia yang mengacu pada kebijakan ajang internasional. Pemaknaan informan 3 sebagai berikut,

> "Aceh pernah kan menang untuk Qory, tapi memang nggak berhijab. Kalo diliat YPI juga pasti menyesuaikan dengan ketentuan ajangnya untuk yang dikirim ke internasional. Memang udah ada ketentuannya."

Kemudian, pandangan yang sama terkait dengan persetujuan finalis Aceh yang berhijab, dimaknai oleh informan 5 yang merupakan informan laki-laki. "Untuk Aceh memang dari daerahnya, ketentuannya harus berhijab, sudah jadi aturan daerahnya. Tidak masalah dengan tampilan busana dari Aceh," jelas informan 5 terkait pemaknaannya untuk tampilan dari finalis Aceh. Selanjutnya, berkaitan dengan peluang menjadi pemenang, dan mewakili ke ajang internasional, bagi informan 5, hal tersebut dapat menimbulkan kontroversi. Ini berdasarkan dengan sejarah kemenangan dari Puteri Indonesia 2010, Qory Sandioriva, dari Provinsi Aceh yang terpilih sebagai pemenang dan mewakili ke ajang Miss Universe. Saat itu, menurut penjelasannya, tampilan Qory yang tidak berhijab, dan tampil dengan pakaian terbuka di ajang internasional, mengundang demo dan protes. Menurutnya, sulit bagi Yayasan Puteri Indonesia untuk kembali memenangkan finalis Aceh.

> "Sebenernya serba salah juga kalo Aceh bisa maju jadi pemenang atau ke ajang internasional, karena memang dulu Aceh yang menang Qory Sandioriva ke

> Miss Universe tahun berapa itu ya 2010 mungkin, itu juga diprotes. Jadi, memang dari YPI cari aman, supaya tidak kontroversial."

Mendukung pemaknaan dari informan 5, bagi informan 6 yang juga merupakan informan laki-laki, memaknai tampilan Aceh telah disesuaikan dengan kebijakan Pemprov, dan disesuaikan dengan konteks acara *pageant*. "Buat Aceh nggak masalah kok costume-nya, dari cocktail dress juga nggak masalah kalo aku lihat, dan enggak terlalu terbuka juga. Udah sesuai dengan acara pageant, beda cerita ya kalo cocktail dress-nya dipake di panggung dakwah," jelas informan 6 berkaitan dengan penampilan Aceh di panggung Puteri Indonesia 2020. Terkait dengan peluang menang, dan keikutsertaan ke ajang internasional, menurut informan 6 akan sulit, dan Yayasan Puteri Indonesia cenderung bertindak menghindari kontroversi.

> "Menurutku gini kenapa kok dari Aceh yang berhijab nggak sampe masuk top 3 atau sampai ke ajang internasional karena, pertama, YPI itu berusaha menghindari kontroversi…Mungkin juga belajar dari kontroversi kemenangan Qory Sandioriva dari Aceh yang nggak pake jilbab. Karena dah pusing, ya mereka ga mau ambil resiko buat ambil perwakilan Aceh yang non-hijab. Kedua, makin kesini masyarakat Indonesia makin bar-bar, makin ganas, makin sensitif apalagi sama sesuatu yang kontroversial."

Selanjutnya, informan 7 yang merupakan informan laki-laki memberikan pemaknaannya dalam melihat adegan *opening number* dari finalis Aceh. Ia memiliki pandangan yang sama dengan informan 6, terkait dengan tampilan busana dan hijab yang telah disesuaikan dengan aturan daerah dan konteks acara *pageant.* Pemaknaannya sebagai berikut,

> "Aceh itu memang dari aturan daerahnya syariat islam, ya kalo saya liat konteksnya aja. Kalo mau dibuat busananya misal tidak ketat longgar itu jadinya aneh, nanti jauh sekali berbeda dengan yang lain. Memang sudah

> dipikirkan ya sama desainernya, melihat dari sudut pandang seni dan konteks acara aja."

Informan 7, juga menambahkan pemaknaannya terkait dengan peluang Aceh untuk menang dan mewakili ke ajang internasional. Ia melihat peluang yang kecil, mengingat dengan aturan kontes kecantikan internasional yang bertolak belakang dengan tampilan dari Aceh yang berhijab. "Karena memang sulit, kalo mau ke ajang yang lebih tinggi ada tuntutan, pastinya perlu dipikirkan juga. Kalo misal dari Aceh menang yang berhijab, dan nanti di sana lepas hijabnya itu malah repot, jadi heboh," jelasnya terkait dengan pemaknaan dalam menyikapi peluang Aceh di ajang Puteri Indonesia 2020.

Terakhir, menurut informan 8 sebagai informan laki-laki, menyetujui tampilan dari finalis Aceh dalam sesi *opening number*. Ia memaknai bahwa penampilan dari finalis Aceh telah menjadi ciri khas yang perlu ditampilkan dalam panggung kontes kecantikan agar tidak menyalahi aturan dan menimbulkan kontroversi.

> "Saya rasa memang sudah tepat ya dengan pemilihan yang berhijab. Seingat saya finalis 2015 dari Aceh, dan juga Miss Indonesia diprotes dan tidak diakui menjadi perwakilan dari Aceh karena tidak menggunakan hijab. Jadi, memang jadi ciri khas juga dari Aceh dengan hijab, untuk busana saya rasa juga sudah sesuai untuk ajang kecantikan."

Sama halnya dengan aspek tampilan, informan 8 melihat peluang kecil Aceh di panggung Puteri Indonesia 2020, yang telah diatur untuk menghindari kontroversi. Ia berpendapat bahwa akan sulit bagi daerah dengan syariat islam dimenangkan, dan ikut ke ajang internasional. Penyesuaian dari segi busana, menurutnya tidak memungkinkan

untuk dilakukan, apabila finalis Aceh berkesempatan ke ajang internasional. Pandangannya sebagai berikut,

> "Soal hijab ini memang belum ada yang terpilih buat mewakili indonesia ke ajang kecantikan internasional. Memang YPI berusaha untuk tidak memancing kontroversi mengingat dari daerah Aceh juga punya aturan syariat islam yang bertentangan dengan kegiatan kontes kecantikan internasional."

Penjelasan dari keenam informan menunjukkan adanya pemaknaan yang berada dalam posisi negosiasi. Dua informan yaitu informan 2, dan 3 merupakan informan perempuan. Sedangkan empat informan yaitu, informan 5, 6, 7, 8 merupakan informan laki-laki. Baik informan perempuan dan laki-laki, dalam posisi ini menyetujui penampilan dari finalis Aceh yang tampil berhijab. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi negosiasi adalah, tampilan berhijab Aceh telah mengikuti aturan, tetapi kontroversi dan ketentuan ajang kecantikan internasional memberikan peluang kecil untuk menang.

2. Posisi Oposisi

Posisi oposisi dimaknai oleh 2 informan perempuan yang tidak menyetujui *preferred reading.* Pertama, informan 1 memaknai tampilan Aceh dengan *cocktail dress,* dan hijab terlihat aneh dan tidak sesuai dengan ketentuan syariat islam. "Ya memang aneh, sama aja ketat kayak finalis lain, bedanya ya dia bajunya panjang. Harusnya sih agak dibuat "syar'i" dikitlah jangan terlalu press badan," jelas informan 1 terkait dengan tampilan Aceh di panggung Puteri Indonesia 2020.

Selain itu, informan 1 juga memberikan pemaknaannya dalam melihat peluang finalis Aceh untuk melaju sebagai pemenang, dan mewakili ke ajang internasional.

Baginya, Aceh tidak berpeluang, dan peluang besar tetap diisi oleh peserta yang memiliki tampilan *model look* sesuai standar kecantikan internasional. Standar ini telah dibuktikan, yang menurut informan 1, dapat dilihat melalui kemenangan Ayu Maulida, sebagai pemenang Puteri Indonesia 2020. Profesi model yang ditekuni oleh Ayu Maulida menjadi keuntungan, seperti halnya dengan kemenangan dari Puteri Indonesia terdahulu yaitu, Bunga Jelitha,dan Whulandary yang juga berprofesi sebagai model. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Aceh pernah ikut Miss Universe pas Qory, tapi memang tidak berhijab. Nah ini gimana ya, memang hampir tidak ada peluang. Dalam sejarah Puteri Indonesia belum ada yang punya tampilan berhijab menang... Jadi memang kesempatan akan lebih besar untuk tampilan model look yang sering dilirik sama Puteri Indonesia seperti Whulandary, Bunga, sekarang ada Ayu Maulida yang profesi model untuk mengisi jajaran top finalis."

Kedua, posisi oposisi dimaknai oleh informan informan 4, yang memberikan penolakan terkait dengan tampilan Aceh dalam sesi *opening number*. Menurutnya, penampilan dengan hijab dan balutan busana ketat tidak sesuai dengan konteks dan tujuan acara.

> "Kalo liat Aceh ya itu nggak cocok menurut saya, kalo yang hijab-hijab bukan tempatnya, bajunya cuma dibuat lengan panjang aja, harusnya memang yang hijab nggak usah ikut Puteri Indonesia, ikut aja pemilihan Miss Hijab, atau ajang apa itu lo yang khusus berhijab."

Lebih lanjut, informan 4 menilai finalis Aceh yang berhijab di panggung Puteri Indonesia 2020 memiliki peluang kecil untuk menang ataupun mewakili ke ajang internasional. Menurutnya, kemenangan provinsi Aceh pada tahun 2010 yang memunculkan kontroversi berpengaruh pada peluang finalis Aceh.

> "Kalo pake kerudung ke ajang Miss-miss itu kok nggak ya, pakaiannya aja seronok gitu. Mesti peluangnya kecil toh, yang dari Aceh dulu menang itu kan yo ga pake kerudung, yang di demo itu dulu."

Kedua informan, yaitu informan 1 dan 4 berada dalam posisi oposisi. Mereka memaknai bahwa, tampilan Aceh yang berhijab tidak sesuai. Informan 1 memaknai, tampilan dengan baju ketat tidak mencerminkan ketentuan syariat islam. Sedangkan, bagi informan 4, finalis dengan hijab seharusnya tidak mengikuti ajang Puteri Indonesia. Untuk itu, hasil pemaknaan informan pada posisi oposisi melihat bahwa, tampilan Aceh dengan baju ketat tidak sesuai, dan tidak adanya peluang untuk menang atau mewakili ke ajang internasional.

4.3.1.3 Pemaknaan *Skill* dalam Sesi *Catwalk*

Sesi *catwalk* menampilkan adegan dari 39 finalis yang saling berlomba dengan menampilkan *gesture*, dan ekspresi yang mendukung saat membawakan gaun malam. Para finalis perlu berjalan melewati tangga, melangkah di atas panggung untuk menampilkan produk sponsor. Untuk itu, *preferred reading* dalam adegan ini adalah, *skill catwalk* menjadi hal penting untuk menunjang penampilan finalis membawakan produk sponsor. Seluruh informan memaknai adegan sesi *catwalk* berada dalam posisi dominan. Berikut pembahasan posisi informan melalui adegan sesi *catwalk*:

1. Posisi Dominan

Adegan sesi *catwalk* dimaknai oleh seluruh informan sesuai dengan *preferred reading* yang menempatkan mereka dalam posisi dominan. Informan pertama, memaknai bahwa sesi *catwalk* penting untuk menunjukkan"3B (Beauty, Brain, Behavior)" yang

menjadi standar dari ajang Puteri Indonesia. Ia memaknai bahwa, “catwalk ini saya masih setuju ada tujuannya, ini menggambarkan 3B itu seperti cara jalan yang anggun, tertata itu bisa menggambarkan behavior dari pesertanya,” jelasnya terkait dengan kepentingan sesi *catwalk.* Selain itu, baginya tujuan dari sesi *catwalk* juga tidak bisa lepas dari kepentingan promosi. Untuk itu, *skill catwalk* adalah hal penting yang diperhitungkan dalam kompetisi Puteri Indonesia. Pemaknaan informan 1 sebagai berikut,

> “Kalau saya liat dari segi tangga, cahaya, tata panggung yang ada di Puteri Indonesia, mau emphasize dari gaun-gaun atau produk sponsor aja biar makin terlihat…Kalau soal membawakan produk sponsor itu bagian dari acara yang memang enggak bisa dipungkiri catwalk sudah identik dengan pageant dan finalis dengan skill catwalk yang bagus kayak Ayu Maulida yang juga model punya keuntungan lebih, dan akhirnya menang.”

Selanjutnya, informan 2 memaknai bahwa sesi *catwalk* adalah bagian dari kewajiban finalis yang diibaratkan sebagai model. *Catwalk* telah menjadi sesi penting dalam kontes kecantikan, dan dijadikan topik utama yang dibahas oleh para *pageant lovers* di media sosial.

> “Bagian dari kewajiban mereka itu ya untuk catwalk dan promosi produk, karena memang kan penting juga untuk memperkenalkan karya desainer dari Indonesia, jadi mereka itu modelnya, dan memang catwalk itu yang ditunggu-tunggu dan dibahas di media sosial.”

Lebih lanjut, informan 2 menilai *skill catwalk* para finalis akan lebih terlihat melalui tantangan yang diberikan dari tata panggung dengan tangga yang cukup tinggi. Untuk itu, ia memaknai finalis memang harus dibekali dengan kemampuan *catwalk* yang mumpuni untuk bisa berkompetisi di ajang Puteri Indonesia. Ia menjelaskan bahwa, “dari tata panggung beda kayak Miss Universe yang memanjang, kalo di Puteri

Indonesia itu memang tangga bisa menyulitkan peserta, makanya ini butuh skill catwalk," jelas informan 2 dalam memaknai adegan yang menunjukkan performa *catwalk* para finalis.

Kemudian, informan 3, mengutarakan pemaknaan yang hampir sama dengan informan 1 dan 2. Ia melihat tujuan dari *catwalk* tidak lepas dari kepentingan bisnis seperti halnya industri *fashion*. Baginya, sesi ini adalah bagian favorit yang menguntungkannya sebagai penyedia selempang dalam acara. Sesi ini telah memperjelas detail dari produk selempang yang digunakan oleh finalis. Pemaknaannya sebagai berikut,

> "Kalo ditanya paling bagus sesi apa, aku suka sesi catwalk karena memperlihatkan detail dari selempangku. Sesi catwalk buat nunjukin penggunaan produk sponsor, karena memang nggak bisa bohong juga pageant itu bisnis, salah satunya ya untuk kepentingan fashion."

Selain itu, informan 3 memberikan pandangannya terkait dengan adegan menunjukkan tata panggung dan *shot* dari para finalis ketika menuruni tangga dan berjalan di atas panggung saat *catwalk*. Baginya, hal tersebut adalah bagian yang penting untuk melihat *skill* dan kesiapan dari peserta.

> "Kalau dari tangga di panggung ya nggak apa ya dan memang mereka harus latihan catwalk supaya bisa ibaratnya itu udah jadi pakem juga di Puteri Indonesia, seharusnya dari finalis juga siap, dan dari panggung kayak tangga itu jadi bisa liat kesiapan dari para peserta Puteri Indonesia-nya juga kan. Jadi nggak masalah sih."

Mendukung pemaknaan dari informan 3, bagi informan 4, tujuan untuk promosi produk dimaknai sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan sesi *catwalk*. Ia

tidak mempermasalahkan kepentingan dalam sesi ini, dan sama hal nya dengan informan 3, sesi ini dipilih sebagai sesi favorit.

> "Paling seneng pas peragaan busana pas gaun-gaun itu, itu penting buat seneng liat baju-bajunya, liat pesertanya. Memang mesti di catwalk itu di endorse ya, jadi seneng aja liat catwalk, bajunya bagus-bagus. ngeliat peserta bawain bajunya."

Informan 4 juga memaknai adegan berjalan dan menuruni tangga dalam adegan *catwalk* sama seperti informan 1, 2, dan 3. Menurutnya, hal tersebut merupakan bagian penting untuk pembuktian kemampuan finalis dari segi *catwalk*. "Ada tangga ini malah bagus, mereka jadi fokus utama, jadi pesertanya harus bisa, kan mesti menguasai catwalk," jelas informan 4 terkait dengan adegan dalam sesi *catwalk*.

Ketertarikan dengan industri *fashion*, juga melatarbelakangi posisi dominan dari informan 5. Peragaan busana dengan *catwalk* dari para finalis menjadi magnet yang membuatnya menikmati tayangan kontes kecantikan, seperti Puteri Indonesia. Tujuan dari sesi ini menurutnya juga berkaitan erat dengan peran finalis Puteri Indonesia yang diibaratkan sebagai model yang memperagakan produk *fashion.*

> "Saya tuh awalnya tertarik dengan dunia desain dan model, kayak peragaan busana. Terus liat kontes beauty pageant itu menarik. Nah sesi catwalk ini penting, liat mereka bawaan busana, gaun malam, kayak hiburan aja sih."

Menilai *skill catwalk*, informan 5 juga menambahkan bahwa tata panggung dengan tangga, seperti yang diperlihatkan melalui adegan dalam sesi ini, menjadi tantangan yang perlu ditaklukkan oleh para finalis. Kelayakan dan performa dari peserta akan terlihat melalui cara *catwalk* di atas panggung dengan membawakan produk dari sponsor. Penjelasan informan 5 sebagai berikut,

> "Tangga di panggung ga apa, jadi beauty pageant kayak ada challenge sendiri, kayak dari anak tangga itu untuk melihat kemampuan dasar dari pageant itu kan bisa dibilang catwalk, ya walaupun ini juga bisa dilatih, tapi ini jadi cara buat liat siapa finalis yang layak dengan performanya di panggung."

Pemaknaan yang sama terkait tata panggung diutarakan oleh informan 6. Ia menjelaskan bahwa, "tata panggung dengan tangga, menurut aku selalu yang penting buat pageant, ini bakal jadi challenge buat nunjukin siapa yang paling baik untuk melangkah dengan benar, siapa yang stabil untuk jalannya dengan pake heels dan gaun," jelas informan 6 terkait dengan adegan yang menunjukkan *skill catwalk.* Selanjutnya, informan 6 menilai *catwalk* identik dengan kontes kecantikan. Konsep *showbiz* yang menggabungkan hiburan dan bisnis membuat sesi ini digunakan untuk mengkomunikasikan produk dari sponsor.

> *"*Catwalk ini udah melekat banget sama pageant, jadi bisa melihat gimana cara para kontestannya untuk jalan, tapi jalan secara anggun, yang beauty queen. Catwalk juga jadi hal yang memang showbiz ya. Kalo aku liat dari kamera kalo dari jarak jauh buat nunjukin kemampuan catwalk-nya. Kalo dari bawah mau menunjukkan kalo bentuk badan finalisnya bagus, dan juga buat nunjukin dari kualitas barang sponsor kayak bentuk bajunya, sepatunya, gitu sih."

Berada dalam posisi dominan, informan 7 memaknai hal yang tidak jauh berbeda terkait kepentingan sesi *catwalk.* Baginya ini menjadi bagian yang dinantikan, untuk melihat bagaimana peragaan busana, dipadukan dengan sajian musik yang menurutnya dapat bercerita, dan membuat penonton tertarik. Ia menerangkan bahwa, "yang ditunggu-tunggu itu catwalk ya, jalan tapi mereka itu bisa bercerita, cara mereka membawa pakaian, posenya, siapa dia, jadi keseruannya itu, ditambah lagi ada musik juga," jelas informan 7 terkait sesi *catwalk*. Kemudian, berkaitan dengan adegan yang

menunjukkan finalis menuruni tangga dan berjalan di panggung, ia menilai bahwa ini menjadi hal yang wajar, dan dapat mengukur kesiapan dari finalis.

> "Kalau dari tata panggung masalah tangga itu nggak masalah. Jadi tangga itu menunjukkan untuk tata panggung biar luas…Jadi bukan mempersulit, ini pentingnya latihan catwalk...Makanya ada karantina, ada gladi juga sebelumnya, ini kan fungsinya supaya finalis juga familiar ya sama tata panggung."

Sejalan dengan pemaknaan informan 6, bagi informan 7 sesi *catwalk* juga merupakan bagian yang ditunggu-tunggu. Baginya *skill catwalk* penting untuk menunjang kepentingan dari kontes kecantikan seperti halnya promosi produk sponsor. Selain itu, tata panggung dalam sesi *catwalk*, dimaknai olehnya dapat menunjukkan *skill catwalk* dari para finalis, sekaligus menjadi latihan awal sebelum berkompetisi ke ajang internasional bagi finalis yang nanti akan terpilih. Pemaknaannya sebagai berikut,

> *"*Catwalk ini sesi yang paling ditunggu, dan catwalk adalah hal basic yang memang perlu dimiliki oleh finalis Puteri Indonesia selain kemampuan lain… Ketika finalis berjalan di tangga dengan apa yang dikenakan dan melakukan catwalk ini bisa dijadikan sebagai latihan, itung-itung persiapan mereka untuk ikut kompetisi internasional."

Untuk itu, pemaknaan dari seluruh informan yang terdiri dari 4 informan perempuan (informan 1,2,3,4) dan 4 informan laki-laki (informan 5,6,7,8) menunjukkan persetujuan dengan *preferred reading* yang ditawarkan dalam sesi *catwalk*. Kedelapan informan dalam posisi dominan memaknai bahwa, sesi dan *skill catwalk* menjadi hal penting untuk melihat performa finalis Puteri Indonesia dalam menampilkan produk sponsor.

4.3.1.4 Pemaknaan Ketentuan Busana dan Transformasi Fisik Sesi Video Ajang Miss Universe

Adegan dari video cuplikan ini menceritakan perjalanan Frederika Alexis Cull, Puteri Indonesia 2019 yang menjadi perwakilan Indonesia di ajang kecantikan internasional Miss Universe. Isi dari video menekankan kesuksesan dari Frederika selama menjabat sebagai Puteri Indonesia 2019. Prestasi menjadi 10 besar dari 90 peserta yang ikut ajang Miss Universe menjadi topik yang diangkat dalam adegan video ini. Penggunaan pakaian dan tampilan yang menyesuaikan standar dalam kontes kecantikan Miss Universe diperlihatkan dalam adegan video. Tampilan mencolok dengan gaun malam yang mengekspos dan menonjolkan tubuh Frederika diperlihatkan. Selain itu, ketentuan dari ajang Miss Universe membuat Frederika perlu tampil menggunakan bikini. Selain adegan yang menunjukkan penggunaan busana dari Frederika di panggung Miss Universe, terdapat juga adegan Frederika yang menceritakan perawatan yang dijalaninya untuk dapat tampil ideal dalam ajang Miss Universe. Untuk itu, *sequence* atau kumpulan adegan dari video ini, menghasilkan dua *preferred reading* yang berfokus pada adegan tampilan busana dalam ajang Miss Universe, dan adegan yang berkaitan dengan transformasi fisik yang dilakukan.

a. Ketentuan Busana di Ajang Miss Universe

Keikutsertaan Frederika di ajang Miss Universe menorehkan prestasi tertinggi Indonesia selama mengikuti ajang tersebut. Keberhasilannya masuk sebagai top 10 Miss Universe, menjadi pembicaraan di media massa. Hal yang menarik adalah adegan

cuplikan penggunaan gaun malam yang ditayangkan di acara Puteri Indonesia, tidak ditampilkan sama pada saat penayangannya di program berita pagi. Pemberitaan wolipop.detik.com, memperjelas tampilan gaun malam yang digunakan oleh Frederika. Judul berita yang disajikan adalah, "Gaya Seksi Frederika Alexis Cull di Top 10 Miss Universe 2019". Lebih lanjut, pemberitaan memberikan informasi detail gaun seperti yang ditampilkan dalam adegan video cuplikan yang diputarkan saat acara Puteri Indonesia 2020. Artikel menjelaskan Frederika menggunakan gaun malam "The Golden Aura" di babak 10 besar. Gaun yang digunakan dituliskan dengan deskripsi seperti, memiliki potongan belahan dada rendah, dan belahan tinggi yang mengekspos paha dengan detail *embellishment* pada gaun (Kartikawati, 2019). Selain itu, ketika tayangan dengan gaun malam ini ditayangkan dalam acara berita Fokus Pagi memunculkan *blur*, yang menunjukkan bahwa gaun ini tidak tepat ditayangkan pada jam tertentu. Untuk itu, *preferred reading* yang dalam adegan ini adalah, penggunaan pakaian minim (gaun malam, dan bikini) menjadi ketentuan yang harus diikuti di ajang Miss Universe. Pemaknaan informan terkait adegan ini terbagi dalam tiga posisi yaitu, posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Mayoritas pemaknaan informan berada dalam posisi dominan. Lebih lanjut, penjelasan posisi informan dalam memaknai adegan sebagai berikut:

1. Posisi Dominan

Pemaknaan informan dalam posisi dominan menyetujui *preferred reading* yang ditentukan. Terdapat 5 informan yang berada dalam posisi ini, dan menyetujui

penggunaan busana yang dikenakan Frederika di ajang Miss Universe. Pertama, informan 2 memaknai bahwa penggunaan busana minim seperti bikini, sudah menjadi hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan kontes Miss Universe. Menurutnya, ajang Miss Universe didukung oleh sponsor yang berasal dari perusahaan pakaian renang/bikini, membuat perwakilan Indonesia harus rela mengikuti ketentuan tersebut. Penjelasannya sebagai berikut:

> "Memang menggukan bikini jelas bertentangan, tapi kembali lagi ini kompetisi, dan dari pihak yang mengikuti setuju dengan syaratnya. Jadi, tidak salah dengan mengikuti ajang internasional."

Kedua, informan 3 menilai bahwa penggunaan busana terbuka, contohnya bikini yang ditampilkan di ajang Miss Universe, dan juga 2 kontes internasional lainnya yang menjadi tujuan dari para finalis Puteri Indonesia, tidak menjadi masalah. Baginya, perwakilan Indonesia perlu profesional, dan mengikuti ketentuan dari ajang internasional yang diikuti. Sesi busana seperti bikini, gaun malam, adalah bagian dari ajang kecantikan internasional sebagai acara hiburan/*entertainment*. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Dari dulu memang per-pageant-nan internasional sudah melekat dari bikini, gaun malam, natcos, dan memang tujuannya untuk melihat tubuhnya dia, dan enggak dipungkiri itu ada entertainment. Ya, jadi usaha biar dilihat, dan menarik banyak orang dari sesi ini. Fine-fine ajalah kalo wakil kita harus pake bikini, dan konsekuensinya juga begitu."

Ketiga, informan 5 memberikan pemaknaannya terkait dengan ketentuan busana seperti, bikini dari ajang kecantikan internasional. Ia melihat bahwa kepentingan kontes internasional, seperti ajang Miss Universe, memang memiliki ketentuan di mana penggunaan busana minim, memiliki tujuan yang berorientasi pada

penilaian bentuk tubuh. Baginya, hal tersebut tidak menjadi masalah, dan merupakan ketentuan yang perlu diikuti untuk perwakilan Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Wajar aja di ajang internasional harus pake bikini. Menurut saya sih, ada tentunya penilaian yang harus dilakukan dengan pakaian renang. Tapi, memang ini bisa dialihkan buat sportswear buat menilai bentuk tubuh, dan ukuran tubuh. Tapi, kalo memang si penyelenggara mengharuskan untuk penilaian menggunakan bikini, ya memang ketentuannya begitu. Jadi kalo aku nggak masalah, termasuk gaun malam dari Frederika itu."

Ketiga, informan 6 memiliki pemaknaan yang tak jauh berbeda terkait dengan ketentuan busana di ajang Miss Universe, dan ajang internasional lain yang menjadi tujuan dari Puteri Indonesia. Menurutnya, tampilan Frederika dan ketentuan lain seperti penggunaan bikini merupakan sesi dalam kontes kecantikan internasional yang berorientasi pada kepentingan bisnis dan tayangan hiburan. Berbagai sesi yang dihadirkan membentuk alur cerita, dan hal tersebut perlu diikuti oleh perwakilan Indonesia saat mengikuti ajang internasional. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo aku liatnya gitu, ini itu alur yang memang setiap sesi itu saling berkaitan, dan mendukung. Oke, awalnya aku pikir bikini gitu ya, yaudah body-nya harus bagus. Aku terus mikir mulai dari national costume, dress, gown, sampe bikini itu lebih dinilai dari bagaimana mereka bisa mempresentasikan diri mereka terlepas dari apa yang mereka kenakan, menunjukan kepercayaan diri. Fine-fine aja, karena pageant itu showbiz."

Keempat, informan 8 yang juga menilai bahwa penggunaan busana mulai dari *evening gown* hingga bikini perlu diikuti oleh perwakilan Indonesia ketika mengikuti ajang internasional seperti Miss Universe. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Setuju, karena memang sesi seperti swimsuit, evening gown, national costume itu dilakukan sesuai dengan porsinya, tidak ditampilkan di Mall, atau di tempat umum, sudah pada tempatnya. Saya yakin dari segi penyelenggara juga sudah

> memikirkan porsi dari setiap sesi dalam ajang tersebut, sudah diatur, dan makin kesini juga untuk sesi bikini makin berkurang durasinya, ditonjolkan untuk sesi lain seperti speech."

Pemaknaan kelima informan dalam posisi dominan menekankan persetujuan mereka dengan penggunaan busana dalam kontes Miss Universe yang ditampilkan oleh Frederika. Untuk itu, mayoritas informan berada dalam posisi dominan menilai bahwa, perwakilan Indonesia perlu mengikuti ketentuan dari ajang internasional, dan penggunaan pakaian minim seperti bikini adalah bagian dari ketentuan yang perlu diikuti.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi dimaknai oleh informan 7 yang merupakan informan laki-laki berusia 32 tahun. Ia memiliki persetujuan terkait dengan busana yang dikenakan oleh Frederika, namun juga memiliki interpretasi lain terkait dengan *preferred reading* yang ditawarkan. Perbedaan ini ditunjukkan melalui harapan adanya perubahan dari segi penyajian kontes internasional, seperti Miss Universe untuk mengganti sesi bikini dengan busana lain yang lebih modis, dan menekankan ciri khas kebudayaan masing-masing negara. Pemaknaannya sebagai berikut:

> "Jadi ketika memasuki kompetisi lebih tinggi, mereka ada standar tertentu tapi kembali lagi harus membawa ciri khas dari Indonesia, dan kalo di ajang internasional ada banyak sesi kan, nggak hanya bikini. Jujur dari pandangan saya kurang setuju, kalo mau dikaitkan dengan agama ya memang ga bagus ya, harapannya juga harusnya ajang-ajang ini bisa rombak dan mengutamakan sesi dengan memamerkan busana khas dari negara tertentu, atau tampil dengan baju yang modis aja."

Untuk itu, pemaknaan dari 1 informan di posisi negosiasi adalah, perwakilan Indonesia perlu mengikuti ketentuan busana, namun mengharapkan adanya penghapusan sesi bikini.

3. Posisi Oposisi

Posisi oposisi dimaknai oleh 2 orang informan perempuan yang menolak penggunaan busana seperti bikini yang ditampilkan dalam ajang Miss Universe. Pertama, informan 1 berusia 25 tahun menyatakan, tidak setuju dengan sesi bikini yang mendukung kepentingan sponsor, dan memanfaatkan tubuh finalis. Ia juga berharap ajang Miss Universe mengikuti langkah kontes kecantikan internasional lain, seperti Miss World yang menghapuskan sesi bikini. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Cuma liat lagi jika disangkut pautkan dengan kepentingan sponsor saya tidak setuju. Itu nggak penting sih sesi bikini, tapi saya tahu kalo misal ajang Miss Universe juga punya sponsor dari perusahaan swimsuit. Jadi, menurut saya sih hal-hal tersebut tidak penting, harusnya sudah mulai berubah seperti Miss World sudah tidak ada, dan ajang ini juga masih terkenal walaupun tanpa ada sesi swimsuit, seharusnya ajang lain juga bisa."

Selanjutnya, informan 4 berusia 40 tahun memaknai bahwa penggunaan pakaian terbuka di ajang internasional, sangat bertentangan dengan cerminan budaya Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut

> "Nah itu sebenarnya yang nggak setuju ya harus pake bikini, ya malu kadang kalo liat pada pake baju renang masuk berita-berita kayak yang ditujukin itu. Harusnya memang sesi pakaian renang itu diganti aja, nggak usah tayang."

Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi oposisi adalah, menolak penggunaan busana minim dan sesi bikini di ajang kecantikan internasional yang diikuti Puteri Indonesia.

b. Transformasi Fisik Puteri Indonesia

Adegan yang menunjukkan transformasi fisik ditampilkan melalui wawancara Frederika saat di panggung Miss Universe yang menceritakan rahasia kecantikan, dan tubuh idealnya. Ia diwawancarai oleh Presenter Steve Harvey, dan menjelaskan proses perawatan *cryotherapy* yang dijalani. Perawatan ini mengandalkan gas dingin untuk mengencangkan kulit dan membakar kalori. Selain itu, dilansir melalui situs resmi Puteri Indonesia, terdapat transformasi yang dilakukan oleh Frederika sebelum keberangkatannya ke ajang Miss Universe. Artikel menekankan persiapan dari segi transformasi fisik dilakukan atas dukungan dari pihak sponsor. Beberapa di antaranya diinformasikan bahwa Frederika menjalani *treatment* untuk pembentukan dan perawatan wajah melalui Klinik Dermaster, perawatan gigi melalui Pure Dental, hingga pembentukan tubuh ideal oleh Celebrity Fitness (www.puteri-indonesia.com, 2019). Untuk itu, *preferred reading* berdasarkan adegan ini adalah, keikutsertaan dalam kontes kecantikan internasional mengharuskan adanya transformasi fisik bagi perwakilan Indonesia. Pemaknaan informan terkait adegan ini berada pada posisi dominan, negosiasi, dan posisi oposisi. Pemaknaan dari informan, mayoritas berada dalam posisi dominan. Penjelasan terkait kategori informan dalam memaknai adegan sebagai berikut:

1. Posisi Dominan

Posisi dominan dimaknai oleh 4 informan yang mendukung *preferred reading* terkait dengan transformasi yang dilakukan perwakilan Indonesia sebelum berkompetisi ke

ajang internasional. Pertama, informan 2 memaknai bahwa transformasi fisik seperti mengunjungi tempat *fitness*, hingga perawatan wajah dari Klinik Dermaster dibutuhkan untuk perwakilan Indonesia. Menurutnya, dengan adanya transformasi dari segi fisik dapat membuat Frederika, dan 2 Puteri Indonesia 2019 lainnya, yang mengikuti ajang kecantikan Miss International dan Miss Supranational dapat tampil percaya diri. Penjelasannya sebagai berikut:

> "Menurut saya, dengan adanya perubahan, dan adanya training, buat Top 3 Puteri Indonesia misalnya, yang bentuk tubuhnya pada waktu terpilihkan agak berisi, dan kemudian ditraining oleh Yayasan Puteri Indonesia dan adanya keterlibatan sponsor Fitness, Dermaster, ini malah membangun kepercayaan diri mereka."

Kedua, informan 5 memiliki pandangan yang tak jauh berbeda dengan informan 2. Ia memandang bahwa transformasi fisik yang dilakukan perwakilan Puteri Indonesia, seperti Frederika yang akan berkompetisi di Miss Universe merupakan bentuk mencintai diri sendiri. Transformasi fisik, bagi informan 5, dinilai sebagai kebutuhan untuk menyesuaikan dengan standar kecantikan dari ajang internasional yang dituju. Penjelasannya sebagai berikut:

> "Bisa dibilang love yourself dengan merawat, dengan hal yang menunjang penampilan, dan kalo makin baik makin cantik makin happy. Tapi ada yang liat tidak seharusnya begitu, tapi ini konteks pageant mereka ada tujuannya ke ajang internasional, kalo aku sih nggak masalah."

Ketiga, informan 6 yang memiliki pandangan bahwa transformasi fisik merupakan hadiah bagi top 3 dari Yayasan Puteri Indonesia yang perlu dimanfaatkan agar tampil lebih percaya diri. Menurutnya, sudah menjadi hal yang lumrah bagi top 3 Puteri Indonesia yang dikirim ke ajang internasional melakukan transformasi fisik, dan

hal ini ditunggu oleh para *pageant lovers* yang selalu menanti progres dari transformasi fisik top 3 Puteri Indonesia setiap tahunnya. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Soal transformasi itu sah-sah aja. Tapi, ini kan istilahnya di antara pageant lovers namanya 'ketok magic YPI'. Mereka mau menyesuaikan standar kecantikan di ajang internasionalnya ya. Sekaligus mau kasih tahu kalo klinik Dermaster ini punya banyak treatment gitu lo. Menurut aku sih, YPI udah belajar ya, di tahunnya si Fred itu udah bagus, karena mereka dasarnya juga udah cantik sih ya."

Keempat, informan 8 yang menyetujui transformasi fisik yang dilakukan oleh Top 3 Puteri Indonesia, termasuk Frederika sebelum berkompetisi ke ajang internasional. Menurutnya, persiapan dari segi kualifikasi fisik perlu dipersiapkan, selain kemampuan di bidang *catwalk* hingga *public speaking*. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Memang untuk transformasi diperlukan untuk ikut ke ajang internasional..YPI belajar untuk tidak terlalu banyak transformasi batch Frederika, dan batch yang saat ini menjabat…Kalo menurut saya sendiri ini engga masalah dengan transformasi."

Untuk itu, mayoritas hasil pemaknaan informan dalam posisi dominan yang menjelaskan bahwa, transformasi fisik dibutuhkan untuk menunjang dan memenuhi standar ajang internasional yang dituju oleh perwakilan Indonesia.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi dimaknai oleh satu informan yang memaknai pentingnya transformasi fisik untuk berkompetisi ke ajang internasional. Namun, ia merasa terganggu ketika melihat pihak sponsor memanfaatkan transformasi dari top 3 Puteri Indonesia 2019 untuk kepentingan promosi. Menurutnya, video *before-after* yang digunakan sebagai bahan promosi, seperti yang dilakukan oleh klinik kecantikan Dermaster, terlalu

berlebihan dan membuat tampilan dari Puteri Indonesia, contohnya Frederika, seakan memiliki banyak kekurangan dari segi fisik. Video *before-after* dari proses transformasi, menurutnya, lebih baik tidak perlu dipublikasi, karena berpotensi merusak citra dari Puteri Indonesia sebelum berkompetisi ke ajang internasional. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo menurut aku karena mereka akan disiapkan untuk ikut ajang yang lebih tinggi, ya sah-sah aja. Jadi, otomatis mereka pun butuh transformasi, baik dari segi fisik, skill, dan lainnya. Jadi dengan transformasi dari sponsor ini jadi usaha mereka buat tampil lebih menarik.. Tapi nggak setuju kalo sponsor Dermaster nunjukin foto before-afternya. Jadi seolah-olah mereka cantiknya itu bukan murni. Padahal, kalo diliat itu mereka tanpa make-up, jadinya polos banget, kalo seandainya mereka didandani juga cantik kok. Menurutku yang disayangkan adalah, kenapa harus dimunculin before and after-nya."

Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi negosiasi adalah, tidak mempersalahkan transformasi fisik yang dijalani oleh perwakilan Indonesia, namun menilai promosi sponsor yang mempublikasikan proses transformasi terlalu berlebihan.

3. Posisi Oposisi

Posisi oposisi dimaknai oleh 3 orang informan yang melihat transformasi fisik yang dilakukan oleh Yayasan Puteri Indonesia kepada top 3 Puteri Indonesia 2019 tidak perlu dilakukan, mengingat kualifikasi fisik mereka yang sudah cukup baik. Pandangan ini dijelaskan melalui pemaknaan dari informan 1. Ia melihat sudah saatnya untuk YPI tidak berfokus pada kecantikan fisik, dan mulai untuk melakukan transformasi yang berkaitan dengan aspek lain yang lebih bermanfaat membangun kompetensi dari para perwakilan Indonesia. Menurutnya, saat ini kontes kecantikan internasional, seperti

Miss Universe sudah mulai mementingkan advokasi dan kemampuan *public speaking* daripada kualifikasi fisik finalis. Ia juga menilai bahwa Trio Flores sudah memiliki standar kecantikan yang ideal, tanpa perlu adanya transformasi berlebihan dari pihak sponsor. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Untuk transformasi fisik dari Puteri Indonesia, saya tidak setuju. Maksudnya, itu bukan hal yang saya ambil di Puteri Indonesia. Kita lihat juga seperti yang giginya diputihkan atau veneer, terus dari Dermaster yang memperbaiki struktur muka kayak rahang, dan itu terlalu berlebihan transformasinya. Jadi bukan lagi based on mindset tapi physically. Saya tidak setuju, karena gini kalau saya liat pageant yang lain seperti Miss Canada, itu yang dipilih malah orang yang berat badannya tidak se-ideal di Indonesia lo. Itu yang saya pengen tekankan, bahwa harusnya YPI pilih orang-orang benar-benar cerdas, not standard in physically tapi harusnya mindset, cara berpikir mereka yang perlu diutamakan."

Selanjutnya, informan 4 memaknai transformasi fisik dari Yayasan Puteri Indonesia tidak perlu dilakukan, mengingat para Puteri Indonesia yang terpilih untuk mewakili ke ajang internasional sudah tampil cantik dan menarik. Ia juga menyayangkan transformasi top 3 Puteri Indonesia yang dipublikasikan dan dipromosikan oleh pihak sponsor. Menurutnya, transformasi yang dilakukan dapat memberikan contoh yang tidak baik bagi perempuan lain. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo diliat kok perubahannya ekstrim ya, ini disuntik-suntik gitu mesti. Saya nggak setuju ya, walaupun ini mestinya aman. Pasti ini ntar bisa buat masyarakat ikut-ikutan, misal ibu rumah tangga, remaja, nggak ada penghasilan ikut-ikutan, terus nanti maksa ke tempat-tempat ngga bener kayak klinik abal-abal kan kasian ya. Ya itu jadi contoh nggak baik, padahal kalo tak liat mereka udah cantik, nggak usah diukir-ukir sampe dagunya lancip."

Kemudian, informan terakhir dalam posisi ini, dimaknai oleh informan 7. Ia menilai bahwa transformasi fisik yang dilakukan ke Frederika, dan perwakilan

Indonesia lainnya terlalu berlebihan. Menurutnya, tanpa perlu melakukan transformasi fisik, tampilan pemenang Puteri Indonesia sudah menarik. Ia lebih menyukai jika transformasi ditekankan pada hal yang bermanfaat, dan menekankan peran Puteri Indonesia sebagai duta bangsa. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo treatment-treatment yang berlebihan itu nggak bagus. Aku setuju kalo mereka kayak yang pas malam final aja. Cantik itu banyak ya yang bisa dilihat, dan harusnya nggak fokus dengan kecantikan luar atau penampilan, harusnya fokus juga untuk aspek dalam hal kecantikan seperti pola pikir supaya ada manfaatnya untuk kepentingan dari bangsa juga, karena mereka itu kan duta dari Indonesia. Memang kalo dilihat ini agak miris ya Puteri Indonesia menonjolkan cantik dari luar aja sekarang, tampil apa adanya ajalah."

Untuk itu, hasil pemaknaan ketiga informan dalam posisi oposisi adalah, transformasi fisik tidak dibutuhkan oleh perwakilan Indonesia di ajang internasional yang pada dasarnya sudah memiliki tampilan fisik menarik.

4.3.1.5 Pemaknaan Standar Kecantikan Ideal 3 besar Puteri Indonesia 2020 dalam Sesi Pengumuman Pemenang

Adegan pengumuman pemenang menampilkan 3 besar Puteri Indonesia 2020 yang terpilih. Mereka merayakan kemenangan dengan mahkota, piala, dan selempang bertuliskan gelar yang diberikan pada sesi ini. Melalui adegan ini, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maria Selena terkait dengan peran Puteri Indonesia dalam membangun citra Mustika Ratu dijelaskan bahwa, media massa berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap acara, dan juga membangun citra dari kegiatan Puteri Indonesia. Perempuan yang terpilih dalam acara, perlu memiliki dampak yang signifikan membangun citra sponsor seperti, Mustika

Ratu melalui aktivitas dan kontribusinya. Selain itu, mereka perlu mencerminkan standar 3B *(Beauty, Brain, Behavior)* sebagai perempuan Indonesia yang berhasil terpilih (Selena & Rudito, 2014:659). Untuk itu, *preferred reading* melalui adegan ini adalah, 3 besar Puteri Indonesia 2020 mengkomunikasikan standar kecantikan ideal yang berlaku di masyarakat. Hasil pemaknaan informan terkait adegan ini terbagi dalam posisi dominan dan posisi negosiasi. Mayoritas informan memaknai adegan ini dikategorikan dalam posisi negosiasi. Penjelasan posisi informan berdasarkan *preferred reading* sebagai berikut:

1. Posisi Dominan

Posisi dominan dimaknai oleh informan 3 yang menyetujui bahwa penampilan dari 3 besar Puteri Indonesia 2020 adalah gambaran dari kecantikan ideal di masyarakat yang disebarkan secara luas oleh media massa. Penjelasannya sebagai berikut:

> "Kalo aku ngeliatnya berlaku untuk yang suka beauty pageant kalo cowok akan beranggapan yang ideal kayak Puteri Indonesia. Memang mereka kan gambaran dari apa yang disebarkan media dengan tinggi, berat badan ideal, dan tidak dipungkiri juga memang kategori atau tampilan yang menarik sesuai dengan apa yang ada di masyarakat, dibentuk dan disebarkan sama media juga."

Lebih lanjut, informan 3 memaknai jika standar seperti yang ditampilkan oleh 3 besar Puteri Indonesia 2020 akan mempengaruhi standar ideal bagi para *pageant lovers* terutama laki-laki dalam melihat perempuan. Menurutnya, 3 besar Puteri Indonesia adalah gambaran standar kecantikan ideal yang menampilkan tampilan perempuan dengan kualifikasi di atas rata-rata seperti tinggi badan, berat badan, dan fitur wajah ideal. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi dominan adalah, peran media massa memiliki pengaruh dalam mengkomunikasikan tampilan 3 besar

Puteri Indonesia 2020 sebagai standar kecantikan di masyarakat, dan menjadi panutan khususnya untuk *pageant lovers*.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi dimaknai oleh 7 informan yang menyetujui bahwa 3 besar Puteri Indonesia 2020 menggambarkan sosok perempuan ideal, namun memberikan interpretasi mereka terkait dengan penggambaran standar kecantikan yang perlu ditetapkan di masyarakat. Pertama, informan 1 memaknai bahwa, kemungkinan bagi masyarakat yang melihat acara Puteri Indonesia 2020 akan menetapkan standar kecantikan yang perlu ditampilkan oleh perempuan lain. Namun, menurutnya standar ini tidak dapat ditetapkan, dan masyarakat harus mengerti jika standar Puteri Indonesia adalah standar yang berorientasi pada acara hiburan. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Aspek fisik yang ditampilkan bisa membuat masyarakat punya ekspektasi tampil kayak finalis, dan tidak dipungkiri media menampilkan wanita yang cantik seperti para finalis. Ini yang membuat kontes kecantikan tidak adil karena ya memang tidak semua orang punya kualifikasi seperti yang ditampilkan, dan tidak semua perempuan berkesempatan untuk ikut Puteri Indonesia, dari sini jadi semacam tembok pemisah."

Kedua, informan 2 memiliki pandangan bahwa standar di yang dikomunikasikan melalui tampilan dari 3 besar Puteri Indonesia 2020 memang standar dari kecantikan yang dapat dikategorikan sebagai perempuan ideal. Namun, menurutnya standar kecantikan dengan kualifikasi seperti acara Puteri Indonesia, tidak dapat dijadikan acuan oleh masyarakat untuk ditiru, karena kualifikasi setiap perempuan berbeda, dan tidak semua memiliki tinggi badan di atas 170 cm, dengan berat badan ideal. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalau menurut saya tidak, memang untuk finalis Puteri Indonesia itu terpilih dengan standar tinggi, dan mereka memang ada keunggulan secara tampilan fisik. Tapi, kalau untuk diterapkan di kehidupan nyata itu tidak mungkin semuanya bisa sama, karena memang fisik orang berbeda-beda."

Ketiga, informan 4 menilai jika 3 besar Puteri Indonesia 2020 menggambarkan kecantikan ideal yang memang diperlukan sebagai perwakilan Indonesia untuk ikut kontes kecantikan internasional. Menurutnya, standar tinggi yang digambarkan hanya cocok untuk kepentingan kontes kecantikan, dan dunia hiburan. Ia beranggapan standar yang ditampilkan, tidak untuk ditiru dan ditetapkan sebagai penggambaran kecantikan perempuan ideal di masyarakat, karena hal tersebut dapat membuat perempuan menjadi konsumtif. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo Puteri Indonesia mereka itu wakil, ya harus yang pinter yang cantik. Kalo semua perempuan harus ngikuti kayak Puteri Indonesia, dipukul rata standarnya berat diongkos. Kalo memang orang yang bisa masuk itu orang-orang pilihan."

Keempat, informan 5 memberikan pandangan jika 3 besar Puteri Indonesia 2020 adalah standar yang hanya cocok untuk kontes kecantikan. Di masyarakat, ia tidak mengkategorikan perempuan ideal seperti tampilan para Puteri Indonesia, dan menyadari tidak semua perempuan memiliki keunggulan fisik seperti yang ditampilkan dalam acara. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Engga kok, ga harus general. Karena kan perempuan Indonesia, rata-rata perempuan nggak sampe 170 cm. Jadi memang hanya buat kontes itu aja, dan mereka, perempuan harusnya sadar juga ini buat kontes kecantikan karena menunjang kan tampilan seperti itu."

Kelima, bagi informan 6 standar kecantikan yang ditetapkan kontes kecantikan adalah standar atau kualifikasi yang cukup tinggi dan sulit untuk diraih. Bahkan, menurutnya, Yayasan Puteri Indonesia sempat dikritik oleh para *pageant lovers* karena

memasukkan Karina Basrewan, sebagai perwakilan dari DKI Jakarta 6 yang dinilai pendek, dan tidak memenuhi kualifikasi tinggi minimal 170 cm. Berdasarkan kasus tersebut, informan 6 memaknai bahwa memang standar Puteri Indonesia tidak cocok untuk ditetapkan sebagai standar ideal dalam melihat perempuan di masyarakat, mengingat standar ini hanya cocok untuk diterapkan di ajang kecantikan sebagai acara *showbiz*. Pemaknaan informan 6 sebagai berikut,

> "Tahun 2018 apa ya, si Karina Basrewan, itu cantik dielu-elukan, sama YPI dimasukin tuh, sama pageant lovers malah diolok-olok karena pendek, di bawah 170. Jadi, itu memang udah standarnya, kalo misal ada yang engga sesuai standar ya siap-siap diolok-olok gitu lo, karena pageant standarnya tinggi. Menurut aku sih karena kita udah semakin terbuka dengan apa yang kita dapet, kalo di aku engga, ini bukan general, karena memang ini standar tinggi yang sulit untuk dicapai perempuan. Tapi, karena standar itu tinggi diberikan untuk para finalis Puteri Indonesia yang balik lagi itu standar showbiz gitu lo."

Keenam, informan 7 berada dalam posisi negosiasi dan memaknai jika standar yang ditampilkan oleh 3 besar Puteri Indonesia 2020 adalah standar untuk dunia hiburan. Menurutnya, standar dari Puteri Indonesia tidak dapat diterapkan di masyarakat, dan di dunia nyata ia sadar dalam melihat perempuan kualifikasi fisik bukan menjadi patokan utama, melainkan banyak kualifikasi lain yang menentukan seperti kecerdasan, sikap dari perempuan, dan pembawaan diri mereka. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo saya melihat kategori yang cantik ya tidak liat dari Puteri Indonesia, ini macam kita liat film kita tahu kalo mereka itu public figure. Nggak semua standar itu harus dimiliki semua orang, tapi kalo Puteri Indonesia ini kan public figure yang dilihat, yang bisa untuk dicontoh. Ya memang harus diatur, standar untuk dunia entertain kalo saya bilang."

Terakhir, informan 8 memiliki pandangan yang hampir sama dengan informan 7 dalam memaknai standar dari kecantikan di masyarakat, dan tampilan Puteri Indonesia 2020. Menurutnya, untuk para finalis Puteri Indonesia yang akan mewakili ke ajang kecantikan internasional memang perlu menampilkan standar yang tinggi. Namun, menurutnya, standar dari tampilan finalis Puteri Indonesia tidak untuk diterapkan di masyarakat, tetapi lebih menjadi standar yang diikuti oleh perempuan yang ingin ikut kontes kecantikan.

> "Pada dasarnya menurut saya manusia itu makhluk visual, kalo saya pribadi tidak menjadikan Puteri Indonesia sebagai acuan perempuan ideal, sebenernya menarik atau tidaknya hasil dari kombinasi bisa dari akumulasi baik sikap, fisik, kemampuan yang dimiliki kontestan tersebut…Karena mereka juga memiliki fans mungkin hal ini bisa membuat mereka jadi diikuti dari hal fashion, cara berpenampilan. Untuk perempuan yang mau join beauty pageant juga pasti akan ada finalis yang ditiru, yang dijadikan acuan, terbukti juga dengan adanya beauty camp."

Ketujuh informan memiliki pemaknaan tampilan 3 besar Puteri Indonesia 2020 merupakan standar ideal untuk kontes kecantikan, tetapi tidak untuk diterapkan dan ditiru oleh masyarakat. Secara khusus, menurut pandangan informan 8 standar ini mungkin bisa dijadikan acuan bagi perempuan yang tertarik untuk mengikuti kontes kecantikan, tetapi tidak untuk ditiru oleh semua perempuan. Bagi informan 2 dan 5 menjelaskan bahwa tidak semua perempuan memiliki kualifikasi dengan tinggi dan berat badan ideal, yang membuat standar ini sulit diraih. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi negosiasi adalah, 3 besar Puteri Indonesia 2020 menggambarkan standar kecantikan ideal yang lebih cocok untuk diterapkan di dunia *entertainment*.

4.3.2 Kepentingan Kelompok Berkuasa

Konsep Teori *Standpoint* tidak lepas dari pembahasan terkait dengan struktur ekonomi, kapitalisme, kelas, dan gender. Hartsock menjelaskan bahwa perempuan hidup dalam struktur ekonomi yang ditindas tidak hanya oleh satu kelompok melainkan banyak institusi atau kelompok berkuasa lain. Hartsock (2019:39) menjelaskan bahwa, "when we look closely at the economic roles of women we see the ways capitalism, patriarchy, and white supremacy reinforce one another and how the ideology of individualism provides a philosophical justification for these structures." Penjelasan dari Hartstock menjelaskan bahwa visi dari kelompok berkuasa menyusun hubungan material, di mana semua kelompok dipaksa berpartisipasi (West & Turner, 2008:182). Kepentingan dari kelompok berkuasa ini memperjelas adegan yang memperlihatkan kepentingan dari sponsor utama acara Puteri Indonesia, yaitu Mustika Ratu untuk kepentingan promosi produk. Terdapat 2 adegan yang dikategorikan dalam konsep ini.

Pertama, tampilan feminin dalam sesi video "The Jewel of Indonesia NTT" yang menampilkan 3 besar Puteri Indonesia 2019. Mereka ditampilkan dengan *image* feminim tanpa melupakan penggunaan *make-up* Mustika Ratu di tengah interaksi dan penggambaran lokasi objek wisata di NTT. Kepentingan dari pihak sponsor di balik adegan dalam sesi ini mengatur tampilan Top 3 Puteri Indonesia 2019 untuk menjadi sesuai. Roach-Higgins dan Eicher (1992) menjelaskan bahwa penggunaan pakaian, kosmetik, aksesori, usaha tampil ideal seperti membentuk tubuh, didefinisikan sebagai kumpulan modifikasi tubuh dan/atau suplemen untuk tubuh. Kedua aspek ini

berhubungan terhadap keyakinan, sikap, persepsi, perasaan, dan perilaku terkait penampilan seseorang, yang dibentuk oleh orang lain dan diri sendiri (Johnson et al., 2014:1). Tampilan feminin dengan penggunaan *make-up* dan *dress* menunjukkan bahwa tampilan dari Trio Flores dapat mencerminkan identitas, dan dipersepsikan oleh orang lain.

Kedua, pemanfaatan Puteri Indonesia dalam sesi promosi produk Mustika Ratu. Sesi ini secara khusus ditampilkan dalam acara, dengan tujuan untuk promosi dan peluncuran produk baru dengan menampilkan 3 besar Puteri Indonesia 2019. Penggunaan kontes kecantikan untuk promosi produk kecantikan sudah diterapkan sejak lama. Kritik feminis menyasar pada pemanfaatan, dan pembentukan dari standar kecantikan ideal yang dipromosikan oleh para finalis kontes kecantikan, yang tidak lepas dari kepentingan industri kosmetik (Gilbert, 2015:503). Wolf menjelaskan bahwa konsep kecantikan terikat dengan sistem mata uang, sama halnya dengan standar emas. Kepentingan ekonomi, politik mempengaruhi konsep kecantikan di zaman modern yang sangat bergantung dengan konsep kecantikan Barat yang dipengaruhi oleh pandangan dan dominasi dari pria (Wolf, 2002:12). Gelar ratu kecantikan dan prestasi yang diperoleh oleh Top 3 Puteri di ajang internasional, dimanfaatkan oleh Mustika Ratu sebagai sponsor utama. Trio Flores memainkan peran penting dalam memperkenalkan, dan menampilkan *image beauty queen* untuk meyakinkan penonton terkait produk yang dipromosikan.

Berdasarkan pada penjelasan adegan dalam konsep ini, lebih lanjut akan dibahas tipe pemaknaan dari kedelapan informan untuk menentukan posisi mereka

sebagai khalayak (posisi dominan, posisi negosiasi, posisi oposisi). Penjelasan adegan yang dikategorikan dalam konsep kepentingan kelompok berkuasa sebagai berikut:

4.3.2.1 Pemaknaan Tampilan Feminin dalam Sesi Video "The Jewel of Indonesia NTT"

Bekerja sama dengan pemerintah, penyelenggaraan ajang Puteri Indonesia 2020 mengusung tema pariwisata "The Jewel of Indonesia NTT". Perwujudan tema ini terlihat jelas dalam video pembuka acara yang menampilkan 3 besar Puteri Indonesia 2019. Trio Flores sebutan dari Frederika, Jolene, dan Jessica sebagai pemegang gelar 3 besar Puteri Indonesia, tampil dengan balutan busana feminin seperti gaun, rambut yang ditata, dan tampilan dengan *make-up* sponsor, di tengah interaksi dan penggambaran objek pariwisata di NTT. *Sequence* atau kumpulan adegan dari video dengan tujuan pariwisata NTT, memunculkan *preferred reading* bahwa, penggunaan tubuh perempuan, yaitu Trio Flores diatur untuk tampil feminin (penggunaan gaun, dan *make up* Mustika Ratu) dalam kepentingan promosi produk dan pariwisata. Hasil pemaknaan informan terkait adegan ini dikategorikan dalam posisi dominan, dan oposisi. Mayoritas pemaknaan informan berada dalam posisi dominan. Berikut akan diuraikan pemaknaan informan berdasarkan posisinya:

1. Posisi Dominan

Posisi dominan menampilkan pandangan informan yang menyetujui *preferred reading* dari adegan dalam video pembuka "The Jewel of Indonesia". Posisi dominan ini, ditunjukkan oleh seluruh informan laki-laki, dan 2 informan perempuan. Pertama, informan 2 yang merupakan informan perempuan (16 tahun) menyetujui tampilan

busana dari Trio Flores, Menurutnya, busana dan adegan video sudah sesuai dengan posisi dari Trio Flores sebagai *brand ambassador* dari Mustika Ratu, dan juga bertanggung jawab mempromosikan pariwisata Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut:

> "Produk make-up termasuk brand ambassador dari Puteri Indonesia, dan ya sudah cukup untuk menyampaikan pesan pariwisata..Dari pakaian tidak masalah menunjukkan mereka itu Puteri Indonesia."

Kedua, informan 3 yang merupakan informan perempuan (27 tahun) memberikan pandangan yang hampir sama terkait dengan adegan dalam video ini. Posisinya sebagai *vendor* yang menyediakan selempang untuk acara Puteri Indonesia, membuatnya menilai bahwa, penempatan produk sponsor dalam video yaitu, produk Mustika Ratu adalah hal yang wajar. Ia menyadari bahwa Mustika Ratu sebagai sponsor utama memerlukan *tools* untuk melakukan promosi, dan meningkatkan penjualan.Ia juga tidak mempermasalah busana yang digunakan, dan pemaknaannya sebagai berikut:

> "Yayasan Puteri Indonesia itu sendirikan Mustika Ratu, jadi memang ada produk yang dijual… wajar kalo misal mereka jualan juga untuk menunjang dari puteri-puteri yang terpilih buat dikirim ke internasional…Bajunya kalo aku liat masih nyambung ya, dan ga masalah, ga harus ada unsur-unsur NTT"

Kemudian, Informan 5 menjelaskan pandangannya terkait dengan adegan dalam video "The Jewel of Indonesia". Ia melihat bahwa kepemilikan Yayasan Puteri Indonesia di bawah naungan Mustika Ratu, tentu akan memanfaatkan acara untuk sarana promosi. Trio Flores yang tampil feminin dengan balutan *make-up* dan potongan *dress* terbuka tidak membuatnya terganggu. Pandangan informan 5 menegaskan

posisinya sebagai khalayak dominan yang menyetujui penggunaan *dress* dalam konsep keindahan alam pariwisata NTT. Baginya dress dan *make-up* masih sesuai dengan tema dari video. Penjelasan dari informan 5 sebagai berikut,

> "Yayasan Puteri Indonesia lisensinya dari kosmetik Indonesia dan kerjasama sama Kemenpar. Jadi di sini ada promosi produk Indonesia juga dipasarkan, dan juga promosi dari pariwisata NTT-nya supaya dikenal oleh masyarakat. Engga masalah menurutku, jadi saling menguntungkan…Dress yang digunakan dari desainer Indonesia, jadi masih relate…Adegan produk sponsor dengan interaksi sama warga juga masih bisa diterima…Kalo di aku masih kena pesan pariwisata-nya."

Sama halnya dengan informan 5, bagi informan 6 penempatan produk sponsor Mustika Ratu masih tepat untuk dimasukkan dalam video dengan tujuan promosi pariwisata. Ia berpendapat bahwa, "Jadi, kalo menurut aku sih pas-pas aja ya, gapapa. Toh Yayasan Puteri Indonesia ini memang bernaung di bawah Mustika Ratu kan, dan satu kepemilikan." Terkait dengan beberapa adegan yang menampilkan Trio Flores dengan tampilan yang feminin dalam video, ia menjelaskan bahwa,

> "Aku ngeliat ini dari orang yang berkecimpung di dunia produksi ya, si Pak Indra itu mau nampilin tema gadis yang pure gitu kan, seorang princess yang natural menyatu dengan alam yang innocent gitu lo. Kalo mereka pake kostum yang kayak Panji Petualang gitu engga nunjukin Puteri tapi jadi 'Dora The Explorer'…Scene pake dress biar kesannya dewi atau puteri…yang shot si Fred itu juga pake make-up yang karena mereka puteri, jadi beda dengan emak-emak NTT dong dandanannya, harus on make-up-nya pake lipstick."

Pandangan informan 6, menilai bahwa keputusan *Creative Director*, Indra Yudhistira dalam pemilihan *dress* dalam video telah disesuaikan dengan gelar 3 besar Puteri Indonesia 2019. Penggunaan dress, *make-up* adalah hal yang wajar untuk

dikenakan Trio Flores. Selain itu, ia menilai *dress* yang dikenakan sudah menyesuaikan dengan agama, dan budaya dari provinsi NTT. Pemaknaan informan 6 sebagai berikut,

> "Aku ngerasa sih kalo untuk bajunya, kayak daerah Flores NTT kan ngga tertutup-tutup amat, dan agamanya ngga mayoritas muslim juga. Aku ngeliatnya bagus-bagus aja, mereka pake dress kan juga agar terlihat cantik, dan untungnya tempatnya pas di NTT. Kalo misal tempatnya di Aceh, atau Sumatera Barat itu kurang pas bajunya."

Sementara itu, informan 7 juga menyetujui terkait dengan promosi produk Mustika Ratu sebagai sponsor acara. Baginya, hal tersebut sudah sering ditemui untuk acara televisi, dan menjadi strategi bisnis. Tampilan feminin dengan *make-up*, dan *dress* yang ditampilkan dalam adegan video, menurutnya mendukung tampilan dari Trio Flores.

> "Kalo menurut saya sih ini dari segi bisnis untuk periklanan. Itu ga apa sih untuk alam dengan visualnya NTT ya, ya ga apa diselipi produk, pakai dress…ya dari Puteri Indonesia juga dari fisiknya bagus pas juga sama mereka dari penempatan dari Mustika Ratu juga yang mendukung dari look mereka."

Terkait dengan penggunaan *dress* informan 7 menambahkan bahwa, tema dari busana dengan *dress modern* adalah konsep yang mendukung video pariwisata. "Pakaian sudah didesain juga sama bagian *art*, pastinya sudah dipikirkan sedemikian rupa, sudah dipastikan ini cocok ga sama alamnya, bagus engga *angle*-nya. Jadi, ini kan konsepnya menurutku gaya modern, promosinya menggunakan baju yang ngikutin mode", jelas informan 7 terkait dengan konsep busana yang dikenakan Trio Flores.

Selanjutnya, informan 8 memandang bahwa promosi Mustika Ratu dalam video bertema pariwisata adalah strategi bisnis yang wajar. Ia menilai penggunaan busana *dress* sudah cukup baik dan sesuai, karena jika menggunakan pakaian tradisional dari

daerah setempat akan terkesan dipaksakan dan tidak mencerminkan *image* dari 3 besar Puteri Indonesia 2019. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo menurut saya sebenarnya tidak ada salahnya untuk menyelipkan sponsor di acara tersebut…. Kalo saya menilai dari busana engga masalah, engga harus iklan pariwisata dengan pakaian daerah tetapi setidaknya mewakili lah apa yang mau disampaikan jangan sampe maksa kalo harus pakai pakaian daerah…Dan walaupun ini tujuan promosi pariwisata, tapi perlu diingat juga kalau Puteri Indonesia adalah aktor utama dan pariwisata itu jadi hal yang komplementer."

Menilai konsep video promosi pariwisata, informan 8 tidak mempermasalahkan tampilan dari Trio Flores yang mendominasi, dibandingkan dengan objek pariwisata yang menjadi tujuan. Menurutnya, hal yang dinanti oleh para *pageant lovers* adalah para Puteri Indonesia, dan tema video pariwisata merupakan pelengkap saja. Terkait tampilan feminin dengan menggunakan *dress* yang mengekspos bagian tubuh tertentu dari Trio Flores, bagi informan 8, kembali ke perspektif masing-masing penonton. Baginya, *dress* yang ditampilkan masih sesuai, tanpa meninggalkan identitas mereka sebagai sosok Puteri Indonesia.

> "Ini tergantung dari perspektif aja, beberapa masyarakat mungkin akan menilai baju yang dikenakan itu ga layak, atau terlalu terbuka begitu. Kalau saya pribadi melihat penggunaan baju yang seperti itu kemudian dengan pengambilan gambar yang menonjolkan hal tertentu, dari saya tidak mempermasalahkan. Pandangan saya pengambilan gambar wajar, mendukung dari narasi, tampilan mereka."

Berkaitan dengan pemaknaan para informan, posisi dominan yang dimaknai oleh 6 informan menilai bahwa tampilan feminin dengan penggunaan *make-up* Mustika Ratu dalam video adalah hal yang wajar. PT Mustika Ratu dalam *press release*-nya menjelaskan bahwa, mendukung penuh penyelenggaraan kontes Puteri Indonesia 2020,

dan setiap kegiatan dari Yayasan Puteri Indonesia (mustika-ratu.co.id, 2020). Melihat peran Mustika Ratu sebagai salah satu sponsor utama, keenam informan dalam posisi dominan, merasa tidak terganggu dan masih dapat menangkap pesan pariwisata dari video yang ditampilkan. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi dominan adalah, tampilan feminin Trio Flores sesuai dengan promosi produk Mustika Ratu dan tema dari video pariwisata.

2. Posisi Oposisi

Posisi oposisi informan yang melakukan pemaknaan terkait adegan dalam video "The Jewel Of Indonesia" berbeda dengan makna dominan yang ditawarkan dari adegan atau *preferred reading*. Terdapat 2 informan perempuan yang berada dalam posisi oposisi. Pertama, informan 1 menilai bahwa peletakan produk dan adegan penggunaan *make-up* produk Mustika Ratu tidak memiliki korelasi dengan tema pariwisata dari provinsi NTT yang diangkat. Ia menjelaskan bahwa,

> "Terkait video itu kan tujuannya adalah untuk menyampaikan keindahan Indonesia, seharusnya tidak ada produk seperti kecantikan. Jadi, seperti tidak nyambung dengan apa yang ingin disampaikan soal NTT."

Selain itu, informan 1 juga memberikan pandangannya terkait tampilan feminin dari Trio Flores yang menggunakan *dress*. Menurutnya, pemilihan busana seperti *dress* tanpa lengan terlalu terbuka, dan seharusnya busana lebih menonjolkan kebudayaan NTT, seperti penggunaan pakaian adat.

> "Kalau menurutku pakaian yang terbuka itu malah yang di-emphasize bentuk tubuhnya para wanita ya, dan di sini mereka harusnya menonjolkan keindahan Indonesia saja. Di sini juga seharusnya menggunakan pakaian adat saja, di mana yang sopan dan merepresentasikan culture dari daerah Indonesia."

Pandangan dari informan 1 juga menjelaskan bahwa, pemilihan *dress modern* yang dikenakan, dapat mempengaruhi komposisi video yang tidak sesuai. Isi video lebih menonjolkan tubuh dari Trio Flores tanpa memiliki tujuan yang jelas. “Memang engga fokus ke objek pariwisata, tapi malah intentionnya ke baju-baju dress, yang menurutku saltum ya, isi video ini untuk pariwisata NTT-nya kalo di aku kurang kena sih,” jelas informan 1 terkait pandangannya.

Kedua, posisi oposisi terlihat dalam pemaknaan informan 4. Sama halnya dengan informan 1, ia memaknai bahwa tampilan feminin dengan *dress* tidak sesuai dan terlalu terbuka. Informan 4 menjelaskan bahwa, “aku sebenernya ga suka kalo udah buka-bukaan gitu, bajunya bagus tapi kalo dipake di panggung aja, ngapain ke hutan-hutan, ke laut pake gaun, kan yo susah.” Pandangan tersebut menekankan penolakan informan 4 terkait tampilan feminin dari *dress* yang dikenakan oleh Trio Flores.

Sementara itu, informan 4 juga menilai bahwa penempatan produk Mustika Ratu, dan juga penggunaan *make-up* yang ditampilkan, kurang sesuai dengan tema. Menurutnya, menyelipkan produk sponsor adalah hal yang wajar, namun dalam video ini, promosi produk Mustika Ratu tidak tepat. Adegan dengan penggunaan bedak/*cushion* dari Mustika Ratu yang diselipkan di sela-sela interaksi Frederika, Puteri Indonesia 2019 dengan seorang warga sangat dipaksakan. Adegan ini menurutnya tidak memiliki manfaat untuk komposisi dari video dengan tema pariwisata. Penjelasannya sebagai berikut,

> “Aku ngeliat promosinya kurang tepat di video, kayak misal di video pake make-up, ya harusnya Puteri Indonesia aja, dan kalo mau nampilin harusnya

ada manfaatnya, coba neneknya yang dipakein make-up bisa ikutan cantik juga ga kayak Puteri Indonesia?"

Pemaknaan dari kedua informan perempuan, yaitu informan 1 (25 tahun), dan informan 4 (40 tahun) menunjukkan penolakan terkait dengan tampilan feminin yang dinilai tidak sesuai. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi oposisi adalah, tampilan feminin dengan penggunaan *dress* dan *make-up* tidak sesuai dengan tema utama, yaitu pariwisata.

4.3.2.2 Pemaknaan Pemanfaatan Puteri Indonesia Sesi Promosi Mustika Ratu

Adegan promosi produk Mustika Ratu ditampilkan dalam acara Puteri Indonesia 2020. Adegan ini menunjukkan sesi promosi produk Mustika Ratu edisi "beauty queen, gorgeous glow series" yang menghadirkan 3 besar Puteri Indonesia 2019 yaitu, Frederica, Jolene, dan Jessica atau yang dikenal sebagai Trio Flores. Produk yang dipromosikan merupakan edisi khusus dari seri "beauty queen" yang terdiri dari, *cushion, primer,* dan *highlighter*. Trio Flores memainkan peran penting dalam memperkenalkan, dan menampilkan *image beauty queen* untuk meyakinkan penonton terkait produk yang dipromosikan. Untuk itu, *preferred reading* yang ditawarkan untuk adegan promosi produk Mustika Ratu adalah, penggunaan Puteri Indonesia atau Trio Flores menjadi daya tarik untuk promosi dan membeli produk Mustika Ratu. Hasil pemaknaan menunjukkan bahwa informan berada dalam kategori posisi dominan, dan posisi negosiasi. Mayoritas informan memaknai adegan ini berada dalam posisi negosiasi. Penjelasan posisi informan dalam memaknai adegan sebagai berikut:

1. Posisi Dominan

Adegan promosi produk Mustika Ratu dalam posisi dominan dimaknai oleh 3 informan yang merupakan informan perempuan. Pertama, informan 1 menilai promosi dengan strategi memanfaatkan acara dan top 3 Puteri Indonesia menjadi daya tarik untuk membeli dan menggunakan produk. Tampilan dari Trio Flores, menurutnya, menginspirasinya untuk tampil dengan *look* dan teknik *make-up flawless* dengan penggunaan produk seperti *cushion* yang dipromosikan. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo aku lihat untuk produk lokal sendiri, Mustika Ratu masih kurang diminati, tapi karena ada Puteri Indonesia untuk promosi di televisi tetep ada sih permintaan produk Mustika Ratu contohnya beauty queen series kayak palette, lipstick, sekarang ada cushion juga..Saya sendiri berpengaruh sih, mendorong untuk menggunakan make-up, menginspirasi untuk tampil dengan look yang ditampilkan finalis yang flawless."

Kedua, informan 3 yang memaknai bahwa, strategi promosi dengan Puteri Indonesia dinilai efektif untuk menarik konsumen. Ia juga menjelaskan bahwa anggota keluarganya tertarik untuk membeli produk, karena kehadiran dari Puteri Indonesia dalam *event* yang diselenggarakan saat ia mengunjungi pusat perbelanjaan di Kota Yogyakarta. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Memang iya makin menarik ya, apalagi mereka juga dateng ke event-event…Mamahku pernah tertarik beli, karena pas di Jogja ngeliat ada event semacam demo make-up terus ada dari Puteri Indonesia yang dateng. Nah mamahku karena aku beritahu kalo Puteri Indonesia pake selempang yang aku buat, malah jadi beli produk yang dipromosiin Mustika Ratu.

Ketiga, informan 4 memaknai bahwa, dengan promosi dan penampilan top 3 Puteri Indonesia 2019 menjadikan produk dari Mustika Ratu lebih menarik. Lebih

lanjut, ia menjelaskan bahwa strategi promosi di acara Puteri Indonesia, membuatnya tertarik membeli produk salah satunya, *lipstick*. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Jadi memang ingin nyoba, karena liat itu ada referensi dipromoin...Kalo misal pas di toko pengen liat, liat sampel nya. Biasanya, tertarik sama lipstick dan suka beli kalo dipromoin gitu, kan yang tahun lalu yang model matte gitu kan yang ada dua warna, nah itu tertarik dan beli. Aku sendiri kayak sampo, yang produk minyak zaitun itu memang tak pake dari dulu."

Penjelasan dari informan 1, 3, dan 4 menunjukkan persetujuan mereka terkait dengan strategi promosi yang menarik dengan memanfaatkan acara dan kehadiran Puteri Indonesia. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi dominan adalah, penggunaan acara dan para Puteri Indonesia menjadi daya tarik yang mempengaruhi untuk membeli produk Mustika Ratu.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi menghadirkan pemaknaan informan yang menyetujui kehadiran top 3 Puteri Indonesia dapat menjadi strategi yang menarik untuk promosi. Namun, mereka menyatakan tidak tertarik untuk membeli produk Mustika Ratu setelah melihat segmen promosi. Terdapat 5 informan yang berada dalam posisi negosiasi. Informan pertama yaitu informan 2, memberikan persetujuannya terkait daya tarik Puteri Indonesia yang akan mempengaruhi penonton untuk membeli. Ketertarikan ini, menurutnya, secara khusus dapat mempengaruhi para *pageant lovers* yang sering ia lihat menyatakan ketertarikan tentang produk di sosial media. Namun, secara pribadi, informan 2 sebagai informan perempuan yang masih duduk di bangku SMA, dan baru menginjak usia 16

tahun, menyatakan tidak tertarik untuk membeli produk Mustika Ratu. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Iya, menurut saya memang dengan penggunaan top 3 Puteri Indonesia, dan ada segmen khusus untuk promosi jelas membuat produk punya daya tarik. Jadi lebih dikenal, dan saya lihat beberapa akun beauty pageant juga memberikan giveaway dari produk beauty queen seriesnya. Tapi kalo beli produk belum pernah, dan tidak tertarik."

Kedua, informan 5 menjelaskan kehadiran para pemenang dan promosi di acara Puteri Indonesia dapat menambah daya tarik dari produk Mustika Ratu. Namun, ia sendiri tidak berfokus dan tertarik dengan produk yang dipromosikan, melainkan lebih menikmati sajian acara lainnya yang ditawarkan dari acara Puteri Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Engga fokus kesitu jujur kalo produk-produk make-up engga tahu kalo misal temen-temen ngomong, fokus aja ke finalis kalo nonton Puteri Indonesia. Tapi iya sih makin dikenal dan ya saya jadi tahu produknya kayak yang set make-up dari Trio Flores itu, walaupun ga tertarik beli."

Ketiga, informan 6 melihat daya tarik dari promosi Mustika Ratu yang memanfaatkan pemenang dan acara Puteri Indonesia. Ia menjelaskan dengan adanya promosi di acara Puteri Indonesia, membuatnya tahu tentang produk yang diluncurkan, namun tidak mempengaruhinya untuk membeli produk tersebut. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Aku tahu sih kayak apa sih itu namanya yang satu paket itu make-up yang ada Fred, Jolene, Jessica. Jadi memang ya, Mustika Ratu udah identik ya sama Puteri Indonesia. Penggunaan dari top 3 jadi brand ambassador dari aku liatnya memang ini masih jadi strategi marketing dari mereka yang efektif ya buat ngenalin produk barunya. Kalo dari aku sendiri cuma sekedar tahu aja, kalo liat mereka promosi ga sama sekali kepikiran mau beli buat jadi kado atau apa. Karena ga suka dan ga paham make-up ya."

Keempat, informan 7 memberikan pemaknaan yang tidak jauh berbeda dengan informan lainnya. Ia menilai strategi Mustika Ratu, dengan memanfaatkan para puteri dan acara tahunan Puteri Indonesia dapat menambah daya tarik untuk memikat konsumen. Namun, secara pribadi ia tidak memiliki ketertarikan untuk membeli produk setelah menyaksikan segmen promosi. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Iya pasti jadi magnet, daya tarik dari produk, apalagi memang ditayangkan di acara TV, program tahunan yang diliat banyak orang. Kalo saya sekedar liat aja, nilai plus-nya jadi tahu kalo ada produk Mustika Ratu. Kalo sampe beliin buat istri, beli buat hadiah belum kepikiran sampe situ."

Kelima, informan 8 yang membenarkan bahwa strategi promosi dari Mustika Ratu, dengan pemanfaatan acara dan para Puteri Indonesia memiliki pengaruh untuk memperkenalkan produk. Terkait dengan pembelian produk, ia menjelaskan tidak tertarik untuk membeli produk *make-up* yang dipromosikan.

> "Iya, karena tidak dipungkiri dengan adanya promosi di acara Puteri Indonesia banyak masyarakat yang tahu, terlepas nanti beli atau tidak. Menurut saya untuk para PL apalagi yang perempuan mungkin akan beli. Kalo saya pribadi tidak sih, karena memang tidak memiliki ketertarikan soal make up, hanya sebagai penonton acara pageant."

Untuk itu, informan dalam posisi negosiasi memaknai bahwa, penggunaan acara dan para Puteri Indonesia dapat menjadi daya tarik untuk memperkenalkan produk Mustika Ratu, namun tidak mempengaruhi keputusan untuk membeli produk.

4.3.3 Pengetahuan Tersituasi

Haraway (1988) menjelaskan konsep dalam Teori *Standpoint* yaitu pengetahuan tersituasi *(situated knowledge)*. Konsep ini menjelaskan bahwa pengetahuan yang

dimiliki seseorang dipengaruhi dan berdasarkan pada konteks dan keadaan. Konsep dari pengetahuan tidaklah bersifat objektif, melainkan bersifat ganda yang tersituasi atau dipengaruhi oleh pengalaman. Dalam hal ini, menjelaskan bahwa pengetahuan adalah produk dari kegiatan sosial (West & Turner, 2008:185). Hegel yang berperan dalam pengembangan Teori *Standpoint* menjelaskan pandangannya terkait dengan "power dan knowledge". Perempuan menurut Hegel berada dalam ruang domestik, di mana ketotalitasannya tidak berkaitan dengan kemampuan yang diperoleh dari pendidikan. Kehadiran perempuan di ruang domestik dituntut menyesuaikan sudut pandang kelompok berkuasa. Bagi Hegel, laki-laki itu aktif ibaratnya hewan, sedangkan perempuan itu tumbuhan yang tenang dan melibatkan perasaan (Arivia, 2003:51). Pandangan Hegel memperkuat konsep pengetahuan tersituasi dan membantu menjelaskan 2 adegan yang dikategorikan dalam konsep ini.

Pertama, penilaian dalam sesi tanya-jawab dikategorikan dalam konsep pengetahuan tersituasi. Pengetahuan yang tidak objektif dan tersituasi memperlihatkan bahwa kontes kecantikan menuntut finalis untuk menampilkan kecerdasan, dan mereka adalah imajinasi ideal (Elledge & Faria, 2020:10). Hal ini memperjelaskan adanya *power* dan *knowledge* seperti yang dirumuskan Hegel, dan membuat perempuan dalam kontes kecantikan lebih dinilai dari penampilannya. Finalis perempuan dalam hal ini berada di ruang publik, namun aspek pendidikan tidak menjadi tolak ukur utama, dan konstruksi terkait *beauty* atau citra dari kecantikan ideal lebih terlihat. Ide terkait konsep ideal yang mengikat para finalis kontes kecantikan di seluruh dunia hampir sama. Pertanyaan sosial hingga kepentingan politik bercampur dengan pertanyaan

tentang diri, dan pandangan dari finalis itu sendiri menghiasi sesi tanya-jawab. Tujuan dari penyelenggara dari sesi ini adalah melihat bagaimana masing-masing kandidat berpikir dan mengartikulasikan pemikiran mereka di depan banyak orang. Ironisnya, stereotip ratu kecantikan tidak benar-benar menyertakan seseorang yang cerdas atau sadar politik, tetapi diharapkan dapat berbicara di semua bidang kehidupan atas nama komunitas yang diwakili. Para kandidat kemudian akan berlomba dengan tampil mengenakan gaun malam dan sepatu hak tinggi, menampilkan gaya jawaban mereka untuk menjadi seorang ratu kecantikan (King-O'Riain, 2006:133).

Kedua, pelatihan dalam sesi karantina memperlihatkan persiapan 39 finalis sebelum malam final Puteri Indonesia 2020. Banet-Weiser (1999) menjelaskan bahwa dalam kontes kecantikan terdapat produksi gender. Baginya, gender tidak hanya diproduksi oleh wacana dominan tetapi secara aktif (kembali) diproduksi melalui kinerja dari para finalis kontes kecantikan yang ditandai dengan pengaturan untuk tampil ideal dalam setiap aktivitasnya seperti, penggunaan *make-up*, tubuh yang dilatih, dan sikap disiplin yang perlu ditampilkan (Gilbert, 2015:503). Kapitalisme dan patriarki juga berhubungan erat dalam membentuk konsep, dan juga penampilan dari para finalis. Pelatihan dan kelas yang diikuti para finalis selama 10 hari masa karantina yang terlihat dalam adegan memperjelas konsep pengetahuan tersituasi, di mana apa yang diketahui dan dilakukan adalah hasil pembelajaran dari pengalaman-pengalaman mereka. Penyelenggara melalui serangkaian kegiatan, berusaha melatih, membentuk, dan menanamkan pengetahuan kepada para finalis selama masa karantina.

Berdasarkan pada penjelasan adegan dalam konsep ini, lebih lanjut akan dibahas tipe pemaknaan dari kedelapan informan untuk menentukan posisi mereka sebagai khalayak (posisi dominan, posisi negosiasi, posisi oposisi). Penjelasan adegan yang dikategorikan dalam konsep pengetahuan tersituasi sebagai berikut:

4.3.3.1 Pemaknaan Penilaian dalam Sesi Tanya-Jawab

Adegan yang dipilih untuk menentukan posisi informan sebagai khalayak adalah sesi tanya-jawab untuk 6 besar finalis. Sesi ini mendapatkan banyak perhatian terkait dengan insiden finalis Provinsi Sumatera Barat, Kalista Iskandar yang gagal menjawab pertanyaan dari juri. Pertanyaan terkait Pancasila diajukan oleh salah satu juri yaitu, Bambang Soesatyo kepada Kalista. Namun, waktu 30 detik yang diberikan gagal dimanfaatkan Kalista untuk menjawab dengan baik. Dilansir melalui pemberitaan merdeka.com, kesalahan yang dilakukan Kalista mengundang kontroversi yang menjadikan isu "Kalista Lupa Pancasila" menjadi *trending* di media sosial, hingga statusnya sebagai perwakilan daerah tidak diakui oleh Pemprov Sumatera Barat (Faliha, 2020). Suasana di panggung Puteri Indonesia 2020, saat momen sesi tanya-jawab dari Kalista menimbulkan reaksi berbeda dari juri dan penonton. Juri terlihat tertawa, dan memberikan kritik saat melihat kesalahan Kalista, begitu juga dengan reaksi dari beberapa penonton. Kritik dari juri diutarakan oleh Bambang Soesatyo yang berkata, "Kalista, anda layak menang". Namun, kenyataannya langkah Kalista harus terhenti di babak 6 besar. Untuk itu, *preferred reading* yang ditawarkan melalui adegan

sesi tanya-jawab adalah, porsi pertanyaan dalam sesi tanya-jawab diatur untuk sesuai dengan isu terkini yang perlu dijawab dengan baik oleh finalis. Pemaknaan informan terkait adegan ini berada dalam posisi dominan, dan posisi negosiasi. Mayoritas informan memaknai adegan dalam posisi negosiasi. Berikut pembahasan posisi penonton berdasarkan *preferred reading* yang ditentukan:

1. Posisi Dominan

Posisi dominan dalam adegan sesi tanya-jawab dimaknai oleh para informan yang menyetujui terkait pentingnya sesi ini, dan *preferred reading* yang ditentukan. Terdapat dua informan yang berada dalam posisi dominan. Pertama, informan 5 memaknai pentingnya sesi tanya-jawab, dan melihat semua peserta yang lolos, termasuk Kalista seharusnya siap dengan pertanyaan apa pun. Baginya, sangat disayangkan jika ada finalis yang termasuk salah satu peserta favorit gagal menjawab pertanyaan yang sudah sangat familiar yaitu, Pancasila. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Ini penting, apalagi ke ajang internasional harus lebih dari itu pastinya yang pengetahuannya lebih luas, speak-nya bagus, ini bisa jadi sesi untuk melihat itu. Di sesi Q&A peserta contohnya dari insiden Kalista, finalis bukan harus lancar, tapi harus siap dengan pertanyaan apa saja, karena nanti di media pasti wartawan bakal nanya aneh-aneh…dari SD kita seringkan melafalkan Pancasila kalo dari Kalista itu kan harusnya bisa tahu di luar kepala."

Informan 5 menambahkan bahwa seharusnya Kalista sebagai Top 6 Puteri Indonesia 2020 dapat menampilkan sosok panutan yang memiliki kemampuan lebih, salah satunya terkait dengan pengetahuan umum. Ia menyayangkan insiden dari kesalahan Kalista, dan menurutnya porsi dari pertanyaan sesi 6 besar sudah sesuai dan

berkaitan dengan isu-isu yang berkembang di Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Sebenarnya wajar sih, karena pertanyaan masih berhubungan dengan Indonesia…Dari segi pertanyaan porsinya sudah pas, engga masalah. Menyayangkan Kalista, harusnya siap dengan pertanyaan apa pun. Dan dia juga mega favorit, seharusnya wawasannya luas, sesuai dengan dukungan dari fans yang banyak jagoin dia."

Kedua, posisi dominan dimaknai oleh informan 7 yang menganggap bahwa sesi tanya-jawab menonjolkan aspek *Brain* dari standar 3B yang ditetapkan. Menurutnya, sudah seharusnya finalis yang berhasil masuk 6 besar dapat menjawab pertanyaan dengan baik. Sebagai calon duta bangsa, para finalis Puteri Indonesia harus menguasai aspek pengetahuan dan siap dengan segala bentuk pertanyaan yang diajukan. Penjelasan informan 7 sebagai berikut,

> "Kalo Q&A seru, sesi menonjolkan dari aspek pengetahuan dari masing-masing pesertanya.. Soal di sesi Q&A ini mau udah settingan apa engga yang penting memang harus siap dan dikuasai semua. Entah gimana isu yang soal pertanyaan seperti Pancasila yang harusnya engga ada di-list dan tidak sesuai seperti yang sudah disiapkan, sebagai finalis semua harus siap sama pertanyaan bentuk apa pun."

Lebih lanjut, memaknai adegan dari Kalista yang gagal menjawab pertanyaan tentang Pancasila, ia menjelaskan terkait isu *setting*-an yang berkembang di media sosial. Informan 7 menjelaskan bahwa Pancasila tidak ada dalam *list* pertanyaan. Namun, bagi informan 7, terlepas dari isu pertanyaan tersebut adalah inisiatif dari Bambang Soesatyo sebagai juri, ia tetap mengharapkan Kalista dapat menjawab dengan baik. Selain itu, ia menilai porsi pertanyaan di sesi tanya-jawab masih termasuk pengetahuan umum, dan sesuai untuk diajukan.

> "Kalo menurut saya pertanyaan tersebut memang finalis harus bisa menjawabnya ya, finalis harus bisa tahu semuanya, semua aspek pengetahuan harusnya tahu, dan hal yang ditanyakan masih menjadi hal mendasar kayak aspek kesehatan, pilar negara, kesehatan, masih layak. Jadi dari segi porsi pertanyaan ga masalah, ini harus dijadikan acuan bagi peserta agar siap semua, termasuk, Kalista."

Pemaknaan dari informan 5 (23 tahun), dan informan 7 (32 tahun) yang merupakan informan laki-laki menunjukkan posisi mereka sebagai penonton dominan. Untuk itu, hasil dari pemaknaan informan dalam posisi dominan menyetujui *preferred reading* dan memaknai bahwa, sesi tanya-jawab dan porsi pertanyaan sudah sesuai untuk mengukur pengetahuan finalis, dan seharusnya finalis seperti Kalista dapat menjawab dengan baik pertanyaan yang diajukan.

2. Posisi Negosiasi

Posisi Negosiasi menampilkan pemaknaan informan yang melihat bahwa sesi tanya-jawab masih dianggap penting, namun memberikan pemaknaan yang berbeda terkait beberapa hal seperti porsi pertanyaan, dan interpretasi mereka dalam melihat insiden finalis Sumatera Barat, Kalista Iskandar. Terdapat 6 informan yang dapat digolongkan sebagai penonton dalam posisi negosiasi.

Pertama, informan 1 berada dalam posisi negosiasi yang melihat bahwa sesi tanya-jawab dengan porsi pertanyaan yang diajukan masih dalam lingkup wajar. Namun, ia melihat bahwa mengukur aspek *brain* sebagai salah satu standar dari ketentuan 3B, tidak dapat dinilai hanya dengan 30 detik. Ia merasa bahwa standar ini telah membebani Kalista Iskandar, dan membuatnya gugup untuk menjawab pertanyaan dadakan yang seharusnya tidak ada dalam *list* pertanyaan.

> "Kalo untuk Q&A dari Puteri Indonesia masih dalam lingkup yang wajar, dan memang slogannya adalah 3B…Tapi, pertanyaan Pancasila rumornya bukan termasuk *list* pertanyaan, entah kenapa ketua MPR ini menanyakan itu. Siapa pun pasti kaget, jika sesuatu tidak sesuai arrangement-nya. Jadi ini bukan tolak ukur dia engga ngerti Pancasila, dia gugup, nervous. Ya kasian dan aku simpati."

Kedua, informan 2 menganggap bahwa sesi tanya-jawab penting untuk mengukur aspek pengetahuan dan kesiapan dari finalis yang lolos ke babak 6 besar. Terkait dengan porsi pertanyaan, dan memaknai adegan dari Kalista yang tidak dapat menyebutkan Pancasila, ia menilai hal tersebut dapat dimaklumi. Informan 2 menjelaskan bahwa Kalista hanya terjebak dengan pertanyaan yang seharusnya tidak tepat ditanyakan di panggung Puteri Indonesia. Sebagai salah satu pendukung dari Kalista, informan 2 tidak mempermasalahkan insiden dari sesi tanya-jawab, dan masih menganggap Kalista sebagai sosok yang inspiratif dan pintar. Berikut penjelasan dari informan 2,

> "Q&A penting karena melihat seberapa jauh dari peserta yang terpilih dalam menanggapi suatu permasalahan…Pertanyaan seperti sebutkan isi Pancasila itu kurang tepat, dan walaupun harusnya sudah hafal diluar kepala tapi seharusnya tidak seperti itu. Jadi harusnya pertanyaannya jadi bagaimana atau harusnya yang ditanyakan lebih ke pengamalan dan aplikasi dari Pancasila bukan yang hafalan. Maksudnya lebih ke tema aja sih yang menyuarakan love yourself."

Ketiga, informan 3 juga menilai pentingnya sesi tanya-jawab untuk melihat sisi *Brain* dari standar 3B yang ditetapkan Yayasan Puteri Indonesia. Namun, ia merasa porsi dari pertanyaan dari sesi tanya-jawab tidak adil. Menurutnya, jika peserta beruntung maka akan mendapatkan pertanyaan dengan jawaban terbuka/deskriptif, sedangkan bagi yang kurang beruntung seperti Kalista akan mendapatkan pertanyaan

tertutup dengan jawaban yang harus tepat. Waktu singkat yang diberikan dan tekanan di panggung Puteri Indonesia, menurutnya, juga menjadi penyebab dari Kalista yang tidak dapat menjawab dengan baik. Ia memaklumi kesalahan dari Kalista, dan penjelasannya sebagai berikut,

> "Ini menunjukkan sisi brain-nya, dan pembawaan dari si finalis itu, jadi memang tetap penting untuk menilai performa dari finalis… Kalo secara live sebenernya kasian ya menanggapi soal sesi Q&A yang model hafalan, mereka kan grogi, walaupun misal pendidikan Pancasila sudah dikasih di karantina. Menurutku, memang dari segi pertanyaan di Puteri Indonesia ini engga adil, ada yang pertanyaannya terkait pendapat, tapi ada yang jawabannya harus benar gitu kan."

Keempat, informan 4 memaknai sesi tanya-jawab sebagai cara untuk melihat kemampuan terkait dengan wawasan dari para finalis yang lolos ke babak 6 besar. Terkait dengan insiden dari Kalista yang tidak bisa menjawab pertanyaan, menurutnya, adalah faktor dari pertanyaan hafalan yang kurang tepat untuk diajukan. Ia memaklumi kesalahan dari Kalista, karena faktor waktu dan juga ketegangan yang tercipta saat acara *live*. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Penting banget, itu juga kayak liat isi otak mereka juga, dan mereka harus jawab cepet ada waktunya, itu harus latihan, harus persiapan. Harusnya model pertanyaan jangan hafalan lah, kayak cerdas cermat jatuhnya…Soal yang pertanyaan Pancasila juga, aku nempatin diriku. Aku kan juga demam panggung, kalo liat Kalista ya menurutku juga pasti gitu, dia itu gak bodoh. Kasian Kalista, yang nonton dia juga jutaan, pasti ya gugup."

Kelima, informan 6 memaknai sesi tanya-jawab yang tak jauh berbeda dengan informan lain. Ia menilai sesi ini penting untuk mengukur kemampuan para finalis terkait dengan pengetahuan hingga *public speaking* dalam menyampaikan jawaban. Melihat adegan dari Kalista yang tidak dapat menjawab dengan baik saat sesi

ini, ia memaknai bahwa bukan kesalahan dari Kalista, melainkan pertanyaan yang menurutnya tidak sesuai. Baginya, pertanyaan dari sesi ini tidak tepat, dan membuat peserta yang tidak dapat menjawab akan dianggap bodoh, yang kemudian malah membawa keuntungan bagi penyelenggara karena rating yang tinggi akibat insiden dari Kalista yang menjadi pembicaraan.

> "Q&A bener-bener ngetes kemampuan mereka, public speaking-nya juga…Tapi, kalo liat porsi pertanyaan kayak pertanyaan bodoh gitu lo. Apalagi kalo hafalan, gak bisa jawab, ya tambah bodoh. Ini aku liat kayak antara males bikin pertanyaan, atau biar ratingnya tinggi, kayak uji coba siapa tahu ada kontestan yang engga lancar, kayak Kalista kemarin. Harusnya memang ditingkatin dari segi pertanyaan."

Keenam, informan 8 juga memaknai pentingnya sesi tanya-jawab untuk menekankan aspek *Brain* dari kualifikasi 3B yang ditetapkan. Namun, menanggapi insiden dari Kalista dalam sesi tanya-jawab, ia menilai bahwa yang menjadi penyebab adalah porsi pertanyaan yang tidak sesuai. Menurutnya, pertanyaan yang diajukan layaknya acara cerdas cermat, tidak sesuai diajukan untuk acara kontes kecantikan. Seharusnya bobot pertanyaan dari sesi tanya-jawab lebih ditingkatkan, dan membahas isu penting seperti pendidikan, *empowerment*, hingga berfokus pada kepeduliaan terhadap perempuan. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Q&A ini bisa jadi sesi buat melihat wawasan dari finalis. Dengan sesi ini YPI ingin menekankan dari sisi brain.. Porsi pertanyaan di PI agak lucu, beberapa pertanyaan tidak pantas dan tidak cocok lebih ke pertanyaan cerdas cermat seharusnya lebih universal…lebih tepat diganti pertanyaan dengan menggali bagaimana menanggapi suatu permasalahan atau isu yang bermanfaat untuk perkembangan seperti pendidikan, empowerment, perkembangan terkini tentang gerakan perempuan misalnya."

Posisi negosiasi dimaknai oleh enam informan yang terdiri dari 4 informan perempuan (informan 1,2,3,4), dan 2 informan laki-laki (informan 6,8). Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi negosiasi adalah, sesi tanya-jawab penting untuk melihat pengetahuan finalis, namun porsi pertanyaan yang tidak sesuai/jenis pertanyaan tertutup dengan waktu menjawab singkat, membuat kesalahan dari Kalista dapat dimaklumi.

4.3.3.2 Pemaknaan Pelatihan dalam Sesi Karantina

Video cuplikan masa karantina menampilkan kegiatan karantina selama 10 hari yang dijalani oleh 39 finalis Puteri Indonesia. Terlihat 39 finalis berpartisipasi dalam sesi *interview* dengan juri, menampilkan sesi lomba *national costume*, hingga mengikuti berbagai kelas pelatihan seperti seminar, pelatihan koreografi, *catwalk, dance*, dan lain-lain. Terdapat adegan yang menjadi fokus untuk menentukan posisi dari informan, di mana adegan tersebut menunjukkan para finalis yang berlatih koreografi yang menampilkan latihan intens dengan penggunaan sepatu hak tinggi. Adegan ini menampilkan cuplikan dari finalis yang merasa lelah berlatih koreografi, dan terdapat finalis yang merasakan sakit karena penggunaan sepatu hak tinggi saat latihan. Untuk itu, *preferred reading* dalam adegan ini adalah, masa karantina menjadi hal penting yang menunjukkan para finalis diatur, dibentuk, dan dilatih untuk dapat tampil dalam final Puteri Indonesia 2020. Hasil pemaknaan informan terkait adegan ini berada pada

posisi dominan dan negosiasi. Mayoritas pemaknaan informan berada dalam posisi dominan. Berikut pembahasan dari posisi informan:

1. Posisi Dominan

Posisi dominan menampilkan pemaknaan informan yang menyetujui *preferred reading* terkait masa karantina yang dijalani oleh para finalis Puteri Indonesia. Terdapat 7 informan yang berada dalam posisi ini. Pertama, informan 2 memaknai masa karantina dibutuhkan, dan penting untuk melihat karakter, serta melatih para finalis. Terkait kelas yang diikuti peserta seperti kelas koreografi, dan pemaknaanya terhadap adegan yang menunjukkan rasa lelah dan sakit dari finalis, ia melihat hal tersebut sebagai bagian dari tantangan yang perlu dilewati. Menurutnya, menjadi Puteri Indonesia tidaklah mudah, dibutuhkan perjuangan, termasuk berlatih *dance* dengan penggunaan hak tinggi. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Karantina Puteri Indonesia penting karena di sana mereka bisa saling mengenal dan berinteraksi dengan para finalis, pemerintah, dan juga ikut kelas yang bisa memberikan hal positif ke finalis… Kalo soal mereka harus latihan dance dengan hak tinggi, dan harus latihan sampai larut malam menunjukkan bahwa menjadi Puteri Indonesia bukan hal yang mudah, ada banyak rintangan yang perlu dilalui dan tidak semua wanita bisa."

Kedua, informan 3 memaknai bahwa sesi karantina memiliki peran penting untuk menentukan sebagian besar hasil penilaian dari para finalis. Serangkaian kegiatan dalam sesi karantina memiliki bobot nilai yang akan mempengaruhi peringkat finalis. Terkait dengan adegan latihan koreografi, informan 3 memaknai bahwa rasa lelah dan penggunaan hak tinggi menjadi hal yang perlu diikuti, dan menjadi standar yang ditetapkan. Menurutnya, para finalis harus terbiasa dengan penggunaan hak tinggi

yang nantinya sering mereka gunakan saat menjalani tugas. Pemaknaan informan 3 sebagai berikut,

> "Setau aku malah penilaian itu di karantina, apalagi di sesi deep interview, dan engga mungkin mau nilai dari 3 jam acara. Kalo ngeliat finalis harus dance pake hak tinggi misalnya, menurutku ga masalah, karena pasti semua ada pakem-pakemnya. Jadi, kalo di pageant ini ya tujuannya membiasakan diri supaya kesehariannya mereka bisa, karena memang di pageant mereka dituntut untuk bisa catwalk, membawakan baju dari desainer contohnya."

Ketiga, informan 4 memaknai bahwa masa karantina sangat penting untuk melatih finalis agar siap tampil sebelum malam final. Selain itu, ia melihat sesi karantina memiliki kegiatan yang cukup menarik, mulai dari kelas pelatihan, pertunjukan malam bakat, hingga sesi *national costume.* Menanggapi adegan rasa lelah dan kesakitan dari finalis yang menjalani kelas koreografi/*dance*, informan 4 memaknainya sebagai bagian yang perlu dijalani dan menjadi konsekuensi dari pilihan mereka untuk mengikuti kontes kecantikan. Pemaknaannya sebagai berikut,

> "Penting, kan di sana mereka juga belajar biar tampil di panggung nanti gimana, jalannya harus gimana, nanti kisi-kisi pertanyaan, bahan buat tanya jawab, terus yang peragaan busana-busana daerah itu kan juga di karantina…Itu resikonya mereka mba, ga masalah mereka udah terjun disitu yaudah nikmati aja, konsekuensi mereka."

Keempat, informan 5 yang menilai masa karantina penting untuk dilalui finalis yang akan memberikan banyak pembelajaran terkait dengan program pemerintah hingga kelas psikologi yang bermanfaat. Selain itu, informan 5 memandang kelelahan dan rasa sakit dari penggunaan hak tinggi yang diperlihatkan dalam adegan kelas koreografi, menjadi hal yang wajar, dan konsekuensi yang perlu dihadapi oleh finalis

yang telah terpilih untuk berkompetisi di ajang Puteri Indonesia. Pemaknaannya sebagai berikut,

> "Penting dong, kan itu di karantina ada pembelajaran ilmu baru kayak pembekalan anti narkoba, anti korupsi, sesi psikologi. Jadi, ini kan bisa menunjang para finalisnya di kemudian hari…ketika seseorang ingin join PI, harusnya sudah cari tahu, dan seperti apa nanti ada acaranya. Jadi kalo latihan koreo sampe larut malam, pake heels ini udah jadi resiko, dan mereka juga harusnya udah tahu soal itu, sebelum melakukan audisi ya."

Kelima, informan 6 menilai sesi karantina penting, dan menyimpan banyak tujuan, mulai dari pelatihan untuk finalis, hingga berkaitan dengan kepentingan sponsor. Selain itu, berkaitan dengan kelas koreografi dan rasa sakit penggunaan sepatu hak tinggi dalam latihan *dance* atau koreografi selama masa karantina, dinilai olehnya, menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari acara *pageant*. Menurutnya, peserta perlu berlatih, dan menampilkan *image* ideal ketika tampil dan berkompetisi di malam final. Untuk itu, sesi karantina menjadi cara yang dinilai informan 6 untuk membentuk para finalis menjadi sesuai dengan konsep *entertainment* dan bisnis yang diusung oleh acara Puteri Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Karantina penting, karena pageant itu pasti ada tujuan terselubungnya entah buat promosi sponsor di sesinya, entah lobi-lobi dari finalis, bentuk finalis… liat dari cuplikan yang sampe kakinya sakit, balik lagi ini kan showbiz ya, di mana memang selayaknya mereka harus pake high heels. Ya gimana ya, aku ngeliatnya ini dari konsep showbiz, di mana dari tahun ke tahun konsep wanita cantik gitu-gitu aja, harus pake high heels, rambutnya harus bagus. Menurut aku ini konsekuensi untuk tampil cantik di depan panggung."

Keenam, informan 7 memaknai pentingnya sesi karantina bagi finalis yang perlu dilalui dengan manfaat positif yang akan didapat. Serangkaian kelas termasuk dengan kelas koreografi yang menampilkan adegan dengan latihan intens hingga larut

malam, dan juga rasa lelah dan sakit karena penggunaan hak tinggi, dinilai oleh informan 7 telah menjadi konsekuensi yang tak dapat dihindari. Baginya, finalis perlu menyesuaikan dan siap dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Yayasan Puteri Indonesia. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Sesi karantina ini penting, sesi karantina dapat pembelajaran, menambah knowledge, membekali mereka sebelum acara live, bisa membuat peserta siap, karena ini ditonton semua seluruh Indonesia atau bahkan global…Kalo saya lihat memang ini wajar, yayasan ada standarisasi, yang kesakitan ya berarti tidak terbiasa. Kalo misal dia keseharian pake hak tinggi ya pasti tidak akan kesakitan, jadi mereka harus menyesuaikan."

Ketujuh, informan 8 memiliki pandangan yang tidak jauh berbeda terkait dengan masa karantina. Menurutnya, masa karantina cukup penting mempersiapkan finalis, dan berelasi dengan tujuan kepentingan pihak sponsor. Menanggapi adegan pelatihan koreografi, dan penggunaan hak tinggi, menurutnya, adalah bagian dari tantangan yang perlu dilalui oleh para finalis. Penjelasannya sebagai berikut,

> "Kalo untuk karantina menurut saya alasan supaya siap di atas panggung, dan juga ujung-ujungnya alasan kalo mereka nanti akan bekerja sama dari berbagai sponsor yang terlibat…Saya melihat itu sebagai tantangan yang harus mereka lalui, untuk tampil di panggung tentu harus berlatih. Untuk penggunaan sepatu high heels di pageant itu hal yang lumrah, dengan adanya karantina ini bisa membuat finalis jadi lebih siap. Kalau persoalan sakit dengan penggunaan sepatu itu merupakan konsekuensi dari ikut pageant."

Pemaknaan ketujuh informan menghasilkan posisi dominan yang memaknai pentingnya masa karantina. Informan dalam posisi ini terbagi menjadi informan perempuan yang terdiri dari informan 2, 3, 4, dan informan laki-laki yaitu informan 5,6,7,8. Untuk itu, hasil pemaknaan informan dalam posisi dominan adalah, karantina

penting untuk diikuti dan finalis harus siap dengan segala konsekuensi dari aturan dan standar yang ditetapkan.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi dimaknai oleh informan 1 (25 tahun) yang merupakan informan perempuan. Ia menilai bahwa masa karantina penting untuk mengajarkan hal positif bagi para finalis yang berkompetisi. Namun, ia memberikan kritik terkait dengan tujuan dari kelas koreografi yang mengajarkan *dance modern*. Menurutnya, hal tersebut kurang tepat, dan dinilai tidak memberikan tujuan untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia. Ia menambahkan bahwa, penting untuk menonjolkan sesi yang memiliki nilai kebudayaan dalam masa karantina hingga malam final Puteri Indonesia. Hal ini dapat diwujudkan dengan kegiatan yang mengangkat nilai kebudayaan seperti, pelatihan atau pertunjukan tari tradisional hingga *national costume*. Pandangannya sebagai berikut,

> "Karantina tidak masalah, sepanjang itu mereka diajarkan hal-hal positif. Tapi disayangkan setingkat Puteri Indonesia dancenya masih belum diajarkan yang tradisional, jadi agak buang-buang waktu sebenernya. *National costume* itu seru, tapi sayangnya tidak ditayangkan di televisi, hanya pada saat karantina. Harusnya, ini bagus kalo misal ditayangkan karena memperlihatkan keberagaman budaya Indonesia."

Selain itu, informan 1 menambahkan pemaknaannya bahwa rasa sakit yang dialami finalis karena penggunaan hak tinggi, adalah bagian konsekuensi dari pilihan mereka untuk ikut ajang Puteri Indonesia. Namun, ia menyayangkan rasa sakit dan lelah dari para finalis ditujukan untuk kepentingan sesi *modern dance*, yang menurutnya tidak tepat.

> “Sakit saat latihan dance memang jadi konsekuensi dari mereka untuk ikut Puteri Indonesia, tapi ya aku mendukung kalau dance ini mending diganti aja sama yang lebih menarik dan culture lebih kental kayak national costume atau diganti finalis nari daerah aja.”

Untuk itu, hasil pemaknaan informan pada posisi negosiasi adalah, masa karantina perlu dilalui finalis dengan segala konsekuensinya, namun sesi latihan *dance modern* dalam karantina tidak tepat untuk menonjolkan nilai kebudayaan.