

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tubuh perempuan bukan sekadar urusan biologis, melainkan konstruksi sosial yang dibentuk, dinilai, dan diatur masyarakat seperti dijelaskan George Ritzer (2012) dalam sosiologi tubuh. Tubuh perempuan Indonesia terus dijatuhi norma kecantikan kulit putih yang berasal dari warisan kolonial, lalu direproduksi lewat media, industri kecantikan, dan interaksi sosial sehari-hari.

Warisan standar kecantikan kolonial tidak serta-merta pudar seiring pergantian zaman. Majalah Femina, yang pada era 2000-an mendominasi konstruksi kecantikan perempuan Indonesia, justru menjadi jembatan yang menghubungkan ideal kecantikan masa lalu dengan tren kontemporer. Melalui ajang Wajah Femina, standar eksklusif seperti kulit putih mulus, tubuh langsing, wajah awet muda, tinggi minimal 165 cm, serta penampilan fierce yang seksi namun berwibawa dikukuhkan sebagai patokan kecantikan perempuan Indonesia. Standar-standar ini, yang berakar pada budaya patriarki dan *male gaze* ala Laura Mulvey, secara sistematis menyingkirkan perempuan di luar kriteria tersebut dari definisi cantik (Islamey, 2020).

Seiring berjalannya waktu hingga masa kini, standar kecantikan tetap mempertahankan esensi kolonial dengan penekanan pada kulit putih, awet muda, dan tampilan tanpa cela, sebagaimana tercermin dalam iklan produk anti-aging seperti SK-II R.N.A. Power Airy yang dipromosikan sejak 2017 melalui *YouTube* dan media sosial (Al Usrah et al., 2021). Jurnal ini mengungkap bagaimana iklan tersebut mengonstruksi perempuan ideal sebagai "muda berkulit putih" dengan narasi hegemoni Gramsci, menciptakan ketakutan penuaan dan dorongan

konsumsi produk premium untuk "kulit sehat cerah sebening kristal" serta "mengatasi kerutan" (Al Usrah et al., 2021). Dalam konteks ini, iklan tidak lagi berfungsi semata sebagai alat promosi komersial, melainkan telah bertransformasi menjadi medium transmisi nilai menanamkan persepsi tentang apa yang dianggap cantik, modern, dan layak diidamkan dalam benak konsumen. Tren ini berlanjut ke 2020-an dengan produk lokal yang mengadopsi estetika serupa, memperkuat ideal kulit cerah dan anti-aging di tengah pengaruh digital.

Dari akar ideologi inilah brand-brand kecantikan lokal tumbuh dengan mengkapitalisasi standar kecantikan yang telah mengakar, didorong oleh arus *KoreanWave* yang sejak 2019 mendominasi konsumsi media digital generasi muda Indonesia (Adi, 2019). Saat ini iklan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk, melainkan juga menanamkan nilai keyakinan, nilai ideologi, serta nilai kecantikan yang mengasosiasikan perempuan cantik dengan sosok yang tampak muda dan berkulit putih cerah (Al Usrah dkk., 2021).

Dampak penanaman ideologi tersebut pada gilirannya mendorong pertumbuhan kapitalisme kecantikan ke segmen baru termasuk gelombang *K-beauty*. Kondisi ini mendorong brand lokal seperti Scarlett menggaet girlgroup TWICE sebagai brandambassador dalam kampanye "*Reveal Your Beauty*" yang menandai perpaduan antara standar kecantikan Korea dan pasar kecantikan Indonesia (Rohmiatika, 2023). Di titik inilah, kulit putih bukan lagi sekadar warisan kolonial, melainkan juga aspirasi global yang dikemas ulang lewat estetika *Hallyu*.

Namun, di balik industri tren tersebut ternyata memunculkan fenomena yang disebut *colorism*. *Colorism* adalah diskriminasi berbasis gradasi warna kulit,

di mana kulit putih secara konsisten mendapat perlakuan istimewa dibanding kulit gelap dalam aspek sosial, ekonomi, maupun budaya (Kayla & Dhuha Hadiyansyah, 2025). Di Indonesia, *colorism* bukan hanya hidup dalam iklan atau produk pemutih kulit, ia meresap hingga ke bahasa sehari-hari. Di TikTok, misalnya, istilah "cewek magrib" digunakan secara luas untuk merendahkan perempuan berkulit gelap, sebuah ujaran diskriminatif yang sayangnya dianggap lumrah di ruang digital (Ifa et al., 2025). Fenomena serupa terlihat pada akun TikTok seperti @queezelyhere, yang memproduksi konten spill rahasia *skincare* dari orang-orang berkulit putih dari video-video ini memicu ketertarikan masif penonton untuk mencoba produk serupa, sehingga mereproduksi aspirasi kulit putih sebagai standar yang dapat dicapai dan diidamkan.

Praktik *colorism* inilah yang kemudian melahirkan labeling, pemberian label yang menghakimi penampilan seseorang secara sepihak dan merendahkan. Label-label semacam "cantik, setengah hidup lu beres" mengabsahkan *privilege* kecantikan fisik seolah ia menentukan kualitas hidup seseorang secara keseluruhan. Sebaliknya, bagi mereka yang tidak memenuhi standar tersebut, label yang muncul justru bersifat menghina: "ih, dekil, gak mandi" atau yang lebih kejam, "spek pembantu", ungkapan yang dengan brutal mengasosiasikan kulit gelap dengan kelas sosial rendah. Label-label ini bukan sekadar komentar iseng tetapi juga sebagai reproduksi sistematis dari hierarki kulit yang sudah mengakar sejak era kolonial.

Hal serupa juga muncul di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh, di mana stigma terhadap kulit gelap mendorong mahasiswa awalnya mencoba produk pencerah demi kulit putih, sebelum bertahap menerima

warna kulit asli mereka sebagai bagian identitas diri yang utuh, melampaui sekadar *bodyimage*. Berdasarkan observasi dan wawancara awal, ditemukan adanya pelabelan terhadap perempuan berkulit gelap. Hal ini terungkap dari penuturan Dilla Puspita, mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Malikussaleh, yang secara rutin menggunakan kembali sunscreen, memakai masker, dan mengenakan jaket saat berkendara guna menghindari penggelapan kulit. Di media sosial, ungkapan "lo cantik, aku mah apa" menormalkan *privilege* kulit putih sebagai tolok ukur penampilan. Perbandingan seperti "kamu putih ya, lihat nih aku kok hitam" pun jadi hal pertama dalam interaksi sosial. Fenomena ini mereproduksi hierarki kulit secara sehari-hari di lingkungan akademik.

Pengalaman konkret atas labeling ini dialami langsung oleh dua informan penelitian. Asma Nadia, mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Malikussaleh dengan *neutral undertone*, mengaku pernah mendapatkan label "kurang cantik" semata karena tidak memiliki kulit putih, sebuah penghakiman yang mencerminkan betapa kulit putih masih menjadi satu-satunya tolak ukur kecantikan di lingkungan sekitarnya. Senada dengan itu, One'na, mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Malikussaleh dengan warna kulit *medium to tan*, juga mengalami pelabelan negatif dari lingkungannya yang menyebut warna kulitnya gelap, bahkan secara langsung menyebutnya "hitam", sebuah komentar yang tampak sepele namun sarat muatan diskriminatif (Metaso, 2024).

Dari paparan di atas dapat dipahami bahwa stigma kecantikan kulit putih masih berpengaruh kuat terhadap mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh, terutama dalam membentuk *bodyimage* dan identitas diri mereka. Norma tersebut

tetap dipertahankan melalui komentar lingkungan dan media sosial meskipun pemahaman kajian budaya sudah mulai berkembang. Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menggali lebih dalam narasi perlawanan terhadap stigma tersebut. Dengan mengusung judul penelitian, yaitu **"Melawan Narasi Kulit Putih: Stigma, BodyImage, dan Identitas Diri Mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses terbentuk stigma terhadap kulit gelap di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh sehingga hal tersebut mempengaruhi *bodyimage* mahasiswa tersebut?
2. Bagaimana mahasiswa membangun identitas diri dalam menghadapi narasi kulit putih?

1.3 Fokus Penelitian

Untuk memudahkan penelitian, maka penulis perlu membuat dan membatasi fokus penelitian. Adapun yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah proses sosial terbentuknya stigma terhadap kulit gelap di lingkungan FISIP Universitas Malikussaleh, yang mencakup sumber stigma, mekanisme pelabelan, dan dampaknya terhadap *bodyimage* mahasiswa, serta strategi mahasiswa berkulit gelap dalam membangun identitas diri yang positif sebagai bentuk perlawanan terhadap narasi dominan kulit cerah di lingkungan sosial mereka.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini, adalah:

1. Untuk menganalisis proses terbentuknya stigma terhadap kulit gelap dan pengaruhnya terhadap *bodyimage* mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh.
2. Untuk memahami bagaimana mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh membangun identitas diri dalam menghadapi narasi kulit putih di lingkungan sosial mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian sosiologi budaya, khususnya dalam menelaah bagaimana nilai-nilai kecantikan yang disebarkan melalui budaya populer digital dinegosiasikan, ditolak, atau diadaptasi oleh generasi muda dalam kehidupan sehari-hari mereka, serta membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji bentuk-bentuk perlawanan terhadap konstruksi kecantikan kulit putih dalam konteks budaya pop yang terus bergerak dan berubah.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh mengenai bentuk-bentuk stigma terhadap kulit gelap yang terjadi di lingkungan sosial mereka, sehingga mereka

dapat lebih kritis dalam menyikapi standar kecantikan yang berkembang di sekitarnya.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh dalam membangun identitas diri yang lebih positif dan kepercayaan diri yang tidak bergantung pada standar kecantikan kulit putih yang dibentuk oleh lingkungan sosial maupun media.