

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kata cantik merupakan sebuah kata sifat yang dapat mengungkapkan banyak hal yang dianggap menarik. Namun seringkali kata 'cantik' dihubungkan dengan keberadaan para perempuan. Hal ini karena perempuan secara harfiah selalu ingin tampak cantik, dipuji, hingga diakui cantik oleh seseorang atau siapapun itu dikelompok dan kalangan tertentu. Puspa (2010: 1) & Nurdiyana & Najamudin (2020:3) juga mengatakan hal yang serupa bahwa cantik dan perempuan sebagai dua hal yang saling berkaitan, bisa dikatakan tidak dapat terpisahkan, di manapun dan kapanpun mereka berada, dan juga menjadi pusat perhatian diberbagai lapisan masyarakat.

Ungkapan cantik sendiri dalam hal ini bukanlah sesuatu yang mutlak, namun dapat dikatakan bersifat relatif atau memiliki pemahaman yang berbeda pada setiap individu maupun kelompok di masyarakat tertentu. Perbedaan ini yang menurut Wiasti (2017: 106) karena cantik bukanlah suatu entitas yang berdiri sendiri pada diri seseorang, akan tetapi ia berakar dari suatu kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Ini juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan alam dan berkembang masyarakatnya dari masa ke masa (Nurdiyana & Najamudin, 2020: 2). Bisa dikatakan cantik sebagai sesuatu yang berasal dari entitas kebudayaan yang berbeda yang terbentuk oleh ruang dan waktu yang memberikan ciri khasnya sendiri.

Beberapa bentuk kecantikan tersebut dapat dilihat diantaranya, pada masyarakat tradisional Cina di masa Dinasti Song abad ke-10 kaki kecil (kaki

seroja atau kaki *lotus*¹) dimaknai sebagai kecantikan yang sangat populer di kalangan perempuan, ini dilakukan melalui tradisi *foot binding* (mengikat atau membebat kaki) (Demello, 2007: 93-95). Berbeda dengan masyarakat Cina oleh masyarakat Mauritania di Afrika Barat, perempuan yang dianggap cantik dilihat dari bentuk badan mereka yang gemuk atau bertubuh besar (*big is beautiful*) (Maulina, 2018: 2; Situmorang (et.al), 2019: 18). Di Indonesia salah satu contohnya pada masyarakat suku Dayak pedalaman di Kalimantan perempuan yang dianggap cantik dilihat dari seberapa panjangnya telinga yang mereka atau disebut dengan tradisi *telingaan aruu*², diyakini semakin panjang telinga yang mereka punya maka dianggap semakin cantik di dalam kelompok (Situmorang et.al, 2019: 2). Akan tetapi tradisi *telingaan aruu* kini telah banyak ditinggalkan terutama pada kalangan anak muda, sehingga yang tertinggal hanya pada para perempuan Dayak yang sudah berusia senja³.

Terlepas dari kecantikan dari berbagai entitas kebudayaan yang ada pada masyarakat. Memasuki era modern yang ditandai dengan keberadaan globalisasi dan kemajuan teknologi digital terutama dengan adanya berbagai media telah mengubah banyak aktifitas, peran dan cara hidup manusia, termasuk pemahaman

¹ Tradisi food banding (istilah dalam buku Demello, 2007: 93-95) atau kaki lotus/ soraja merupakan suatu kegiatan membebat kaki hingga membentuknya menjadi kecil atau kaki mungil pada perempuan dianggap cantik oleh masyarakat Cina, tradisi ini dimulai sejak zaman Dinasti Sui (581-618) dan bertambah populer di Zaman Dinasti Tang (618-970) dan Dinasti Song (960-1279). Banyak kisah yang tersebar mengenai asal mula tradisi kaki Toraja ini, salah satunya yang cukup terkenal keberadaan penari Yao Ning yang mengikat kakinya sampai membentuknya seperti bulan sabit saat menari, yang membuat Kaisar Li Yu terpesona dan memuji kaki ini dengan anggapan sempurna. Kemudian membebat kaki menjadi populer di istana kekaisaran hingga menyebar keseluruh penjuru dalam berbagai kelas termasuk ke kelas petani sebagai simbol status <https://www.dw.com>.

² Dikutip dari Artikel <https://www.merdeka.com> : Simbol Cantik Telinga Panjang Wanita Dayak yang Mulai Punah. Dilihat pada 17 oktober 2021, pukul 18.23

³ Dikutip dari Artikel <https://www.kompas.com> : Telingaan Aruu, Tradisi Kuping Panjang Khas Suku Dayak yang Mulai Ditinggalkan. Dilihat pada 7 Januari 2024, pukul 13.06

tentang cantik. Bisa dikatakan bahwa media baik itu massa maupun sosial telah menciptakan berbagai gambaran baru termaksud gambaran cantik, yang lebih diasosiasikan pada penampilan fisik perempuan Barat. Penampilan perempuan Barat yang dapat dikenal sebagai orang Eropa maupun Amerika yang merupakan ras *Caucasian* yang diakui sebagai bentuk penampilan ideal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Meliana (dalam Maulina, 2018: 3) bahwa saat ini telah dikukuhkan citra *Caucasian* sebagai penampilan fisik ideal. Penampilan fisik ideal itu, seperti yang kurus, namun berdadu besar, langsing, tubuh tinggi, bentuk wajah asimetris, hidung mancung, berambut lurus pirang, dan berkulit putih yang dikatakan tidak alami karena pemberian dari media (Wolf, 2002: 1-2; Berry, 2007: 2-3).

Tidak seperti tubuh langsing, hidung mancung, berambut lurus dan pirang, secara krusial kulit putih menjadi salah satu standar kecantikan yang lebih menonjol dari pada standar kecantikan yang lainnya. Terutama pada negara-negara Asia dan dunia ketiga, kulit putih telah menjadi standar kecantikan yang kuat dan diinginkan oleh para perempuan. Seperti yang dikatakan oleh Hunter (2007: 13) banyak negara Dunia Ketiga juga demikian bersaing dengan gempuran citra budaya produksi AS yang mengagung-agungkan keputihan dan terutama feminitas putih (dan versi sesekali feminitas coklat muda).

Media dalam hal ini tidak hanya memiliki andil yang cukup besar dalam menyebarkan pesan kecantikan kulit putih, tetapi juga merujuk pada keinginan untuk memiliki kulit putih yang disampaikan dalam periklanan produk mencerahkan dan memutihkan dengan ungkapan kecantikan ideal yang mempesona. Ini juga dinyatakan oleh Mire (dalam Hunter, 2007: 12) & Puspa (2010:2) bahwa krim pemutih yang telah dikenal dengan banyak nama telah

dipasarkan dalam produk kecantikan bagi wanita untuk meningkatkan kecantikan mereka dengan cara memutihkan kulit yang banyak berkembang diseluruh dunia khususnya di negeri Asia dan Dunia ketiga.

Ini dapat dilihat dari beberapa riset yang ditulis oleh Jha (2016, 23) bahwa di Asia seperti India bahwa produk pencerah seperti krim *Natural White Olley* dan *Ponds White* mengatakan dapat menjanjikan kulit putih yang alami. Dan juga pada hasil riset pasar kosmetik di Cina memandang kulit putih sebagai simbol kecantikan melalui krim pemutih. Di Indonesia sendiri yang dinyatakan spesialis kulit Dr. Dikky Prawiratama, MSc, Spkk bahwa kulit putih masih menjadi dambaan pada setiap wanita Indonesia, diantara dari 400 ribu brand hampir 90 persennya termaksud brand lokal menjual berbagai produk berupa *skincare Brightening* dan *Whitening*. Kemudian hal ini juga diungkapkan Dermatolog Dr. Hafiza Fikri Fade, SpKK, PGC dengan pernyataan bahwa pasti sih kalau orang Indonesia itu tidak jauh dari *pengen* putih dari dulu sampai sekarang memang masih *pengen* putih⁴.

Hal ini juga dapat dilihat bahwa sebageian besar siwa perempuan dan laki laki juga menyatakan standar kecantikan bagi mereka adalah kulit putih tampak bersih dan kulit putih itu mulus atau kulit putih pasti cantik dan kulit putih emang cantik. Walaupun tidak dapat dihiraukan pula sebagian kecil diantara mereka juga mengatakan bahwa cantik itu relatif, akan tetapi mereka mengakui bahwa kulit

⁴ Dikutip dari artikel <https://health.detik.com> : Memutihkan Kulit Masih Jadi Perawatan yang Paling Diminati Wanita Indonesia. Dilihat pada 12 september 2023, 12.46

putih itu cantik. Ini dapat menunjukkan bahwa cantik itu relatif, akan tetapi kulit putih sebagai cantik itu mutlak.

Melihat hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa penyebaran standar kecantikan terhadap kulit putih yang terjadi bukanlah hanya sebagai perluasan citra Barat biasa dengan adanya produk pemutih yang diperiklankan. Akan tetapi ini dapat dikatakan sebagai bias warna kulit atau *colorism* yang berkeberlanjutan yang telah ada sebelumnya. *Colorism* merupakan bias prasangka atau stratifikasi pada warna kulit istilah lainnya *shadiesm* baik itu dalam ras etnis, akan tetapi lebih menyoroti pada warna (Hunter, 2005; Glenn 2008; Jones,2001; Jablonski, 2012).

Berbeda dengan rasisme bahwa *colorism* hanya pembeda berdasarkan warna kulit. *Colorism* sering kali dihubungkan dengan keberadaan rasisme karena asal mula *colorism* sendiri terbentuk oleh keberadaan ras dan rasisme yang dikaitkan dengan penjajahan Eropa, perbudakan dan supermasi kulit putih yang melahirkan *colorism* sendiri (Doxin & Telles: 3; Bettache, 2020: 5). Sedangkan ras adalah merupakan gagasan bahwa individu dibagi atas beberapa kelompok fenotipe atau genotype berupa warna kulit, ciri rambut dan tekstur rambut (Jablonski, 2012). Kemudian rasisme merupakan praktik memperlakukan orang yang berbeda dengan menilainya berdasarkan ukuran kearakteristik ras (Umrela,dkk, 2020). Akan tetapi *colorism* berada pada tingkatan warna atau label warna baik itu label warna gelap dan cerah walaupun pada orang yang rasnya sama (Hunter: 2007: 2; Battache 2020: 5-6). Akan tetapi, *colorism* lebih menilaian warna kulit pada spektrum warna kulit putih lah sebagai warna kulit yang paling disukai dan dianggap lebih baik (Hunter: 2005:3; Jablonski 2012: 180; Bnache 2020: 4; Hephzibah,dkk, 2021: 289).

Diketahui sebelumnya di beberapa budaya secara berabad-abad dan dari pengaruh kolonisasi warna kulit putih telah disematkan dengan beberapa maksud baik dan indah atau ditafsirkan sebagai kecantikan yang sekaligus sebagai status sosial. Sebagaimana yang dikatakan oleh Hunter (2007: 13) & Cash (2012: 98) bahwa idealisasi kulit putih memiliki akar yang jelas di Asia yang ada sebelum pengaruh Barat dan di ikuti dengan kolonisasi telah menjadikan kulit putih sebagai kekuasaan dan hirarki kelas. Kini masalah *colorism* diperbesar dengan penyebaran gambaran elektronik yang cepat melalui kekuatan iklan oleh perusahaan multinasional (Jablonski, 2012: 181; Cash, 2012: 98)

Colorism bukan hanya sekedar membuat gambaran kulit putih sebagai kecantikan pada perempuan yang mempesona dan diinginkan begitu saja. Akan tetapi bias ini juga mempengaruhi para perempuan untuk memperoleh dan memasuki beberapa sektor sumber daya. Walaupun dapat memasuki sektor ini, para perempuan seringkali mendapatkan perlakuan tidak adil dan mengalami diskriminasi karna alasan tersebut. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian oleh Jablonski (2012: 97) bahwa warna kulit memiliki konsekuensi yang lebih signifikan bagi wanita daripada pria, untuk mengalami diskriminasi. Pada beberapa ahli lainnya seperti (Berry, 2007: 3-11; Hunter, 2007: 1; Bettache, 2002: 5) menyatakan bahwa, tindakan diskriminasi yang terjadi bisa secara langsung, & tidak langsung dengan isyarat ketidaksukaan, persaingan tidak adil dan penolakan ke akses sumber daya, yaitu gaji, penerimaan komunitas, pertemanan, persahabatan, sekolah, rumah, pasangan, dan hukum.

Beberapa kasus *colorism* terjadi di beberapa negara terutama pada negara berkembang seperti Asia, salah satunya India, dalam ranah pernikahan wanita

dengan kulit lebih gelap biasanya lebih sulit menarik lamaran yang cocok dan sering didiskriminasi bahkan keluarga calon laki-laki kadang-kadang menuntut mas kawin yang lebih tinggi jika wanita ini “kali” (istilah untuk wanita berkulit ‘hitam/gelap’ (Johnson, Harrison & Grier, 2019: 122). Di Korea sendiri kulit putih telah menjadi salah satu karakteristik penting yang digunakan dalam mengkategorisasi dan identitas ke-Koreaan, yang dapat memberikan akses kekuasaan dan hal istimewa, sehingga kata putih (Salseak digunakan untuk menggambarkan orang Korea (Amber Kim, 2020: 79). Di Jepang sendiri juga kulit putih dianggap lebih unggul dari pada warna kulit gelap, kulit putih menggambarkan orang kelas berkuasa dan kulit gelap dengan kelas petani (Hall, 2022: 2)

Ditelusuri lebih lanjut, fenomena *colorism* bukan hanya dialami oleh para perempuan dewasa saja, yang bisa dikatakan warna kulit terutama pada kulit putih sebagai rujukan atas penampilan atas kebutuhan masa produktif berupa pekerjaan, pernikahan dan lainnya. Akan tetapi, bias warna (*colorism*) juga dihadapkan pada anak-anak yang berada pada masa paling rentan dalam masa pertumbuhan. Dalam hal ini lingkungan telah membentuk atau mengidentifikasi warna kulit sebagai suatu persepsi. Seperti yang diutarakan oleh Jablonksi (2012: 97) bahwa anak-anak sudah menganggap penting warna kulit pada usia sekitar 3 tahun, walaupun persepsi ini belum dipahami untuk label kelompok/informasi tertentu, akan tetapi ini akan menimbulkan bias dari informasi verbal (lisan & tulisan), walaupun tanpa adanya tatapan muka, yang seringkali disampaikan oleh seseorang yang dihormati seperti orang tua, guru/ tertua dan juga orang lain.

Salah satunya di Asia salah satunya di Korea Selatan pada sekolah Multikultural banyak sekali kasus siswa yang putus sekolah, yang penyebab utamanya adalah perlakuan diskriminasi oleh teman sebaya dan juga oleh para guru

(Ahn Know, 2017; Kim, 2018; 2019; H Lee, 2019; Jha dalam Amber Kim, 2020: 86). Kemudian warna kulit putih korea atau 'Salseak' dalam bentuk kerayon warna sering dipakai disekolah-sekolah untuk mewarna gambar orang korea (Amber, 2020: 79).

Gambaran ini pun juga terjadi pada para remaja siswa perempuan di SMA Negeri 6 Batanghari, berdasarkan pernyataan beberapa pihak sekolah⁵ bahwa pembulian atas warna kulit juga kerap kali terjadi oleh para siswa terutama pada siswa perempuan, walaupun sejumlah kasus yang dilaporkan dapat dikatakan tidak ada laporannya secara tertulis oleh pihak sekolah. Namun, ini cukup sering terjadi pada siswa perempuan di setiap kelas. Menariknya pembulian itu sendiri tidak hanya dilakukan oleh siswa laki-laki itu sendiri. Akan tetapi peneliti menemukan bahwa siswa perempuan sendiri juga bisa menjadi pelaku pembulian tersebut. Atau dalam hal ini dilakukan oleh kedua belah pihak secara bersamaan.

.Pembulian secara verbal ini berupa pengejakan atas warna kulit para siswa perempuan yang secara alami memang gelap ataupun kuning kecokalatan dan sawo matang yang mereka anggap sebagai tidak cantik, bentuk yang buruk, dingkapkan dalam suku tertentu seperti "Orang Papua". Sebagaimana diungkapkan oleh Jha (2016: 19) bahwa keunggulan atas kulit putih telah dihubungkan dengan kekuatan moral dan kemajuan, sedangkan pada orang yang tidak berkulit putih sebagai kurang cantik, dan bahkan jelek serta dianggap sebagai kurang bermoral, tidak manusiawi & tidak beradab.

Atas dasar tersebut, tidak hanya membuat mereka menyadari akan pentingnya penampilan diri terutama pada warna kulit putih karna cantik. Akan

⁵ Pihak sekolah yaitu kepala sekolah, Waka Kesiswaan, Guru BK, dan dua Guru sekaligus Wali Kelas

tetapi juga penerimaan mereka terhadap kehidupan sosial selama berinteraksi antara teman mereka disekolah. Kondisi ini telah menciptakan dampak buruk berupa penilaian negatif pada diri sendiri yaitu membenarkan bahwa dirinya itu buruk dan jelek, perasaan tidak percaya diri, malu dan tidak menerima akan penampilan kulit alaminya. Hal inilah yang membuat mereka melakukan berbagai usaha dan cara untuk memutihkan ataupun mencerahkan kulit dengan berbagai produk kecantikan terutama produk *skincare* yang berlabel ‘*Brigthening* atau *Whitening*’ misalnya, Kymm Skin paket Glow, Wardah *Brigthening*, Zeetaskin *Brigthening* dan lain-lain. Hal ini juga disampaikan oleh Jablonski (2012: 180-181) bahwa, remaja mudah terpengaruh dan juga menjadi terobsesi dengan kulit putih dan mengonsumsi pencerah atau pemutih kulit untuk mendapatkan kulit putih tersebut, dengan efek negatif atas harga diri dan prestasi akademis yang dialami, kemudian penggunaan pencerah kulit secara terus menerus mengakibatkan kerusakan kulit wajah.

Berlandaskan atas gambaran di atas menunjukkan bahwasanya kulit putih dalam standar kecantikan cukup dominan diantaranya perempuan Indonesia yang juga dialami oleh remaja siswa perempuan di SMA negeri 6 Batanghari. Walaupun pada umumnya warna kulit orang Indonesia berwarna sawo matang, kuning langsung hingga kecoklatan. Namun, ini juga disampaikan oleh Harry Truman Simanjuntak Arkeolog Senior pada pusat Penelitian Arkeolog Nasional, bahwa 80% dari darah masyarakat Indonesia merupakan ras Melanesia⁶ dan ras Mongoloid⁷ yang memiliki ciri fisik kulit sawo matang hingga kecoklatan. Akan tetapi melihat

⁶ Karakteristik fisik Ras Melanesia yaitu memiliki warna kulit cenderung coklat kehitaman, berambut keriting, dan bentuk bibir yang tebal dari persebarannya terletak di wilayah Papua, Maluku & Nusa Tenggara Timur (NTT) <http://nasional.tempo.co/read/1609667/inilah-3-ras-yang-ada-di-indonesia-selain-melanesia>. dilihat pada 18 Januari 2023, pukul 19.13

⁷ Selain ras Melanesia dan ras lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia yaitu Ras Malayan, Mongoloid, Ras Asiatic Mongoloid, dan Ras Kaukasoid <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/sekilas-tentang-ras-melanesia-dan-persebarannya-di-nusantara/>. Dilihat pada 18 Januari 2023, pukul 19.20

gambaran tersebut bahwa kulit putih tetap menjadi gagasan cantik yang dominan walaupun kulit kecoklatan dan sawo matang menjadi kulit dasar masyarakat Indonesia.

Hal ini dikarenakan kehadiran media memiliki pengaruh yang besar dalam menciptakan gagasan kulit putih sebagai kecantikan yang ideal dan diinginkan. Argumen ini juga dikemukakan oleh Syata (2012: 7) & Sukusma (2021: 2) bahwa konsekuensi dari keberadaan media menciptakan pemahaman ke sebagian besar masyarakat terutama perempuan atas stigma yang menyatakan bahwa cantik yang ideal itu putih. Terutama dalam hal ini dengan melejitnya media Instagram dan TikTok sebagai tempat akun yang mengunggah foto atau video dengan tema kecantikan, dan akun-akun ini dijuluki sebagai *beauty influencer* yang kerap menjadi kiblad kecantikan perempuan (Hapsari & Sukardani, 2018: 60)

Kondisi yang diciptakan media inilah menimbulkan dampak buruk pada penilaian negatif terhadap diri sendiri seperti tidak percaya diri malu, selalu menganggap diri buruk hingga sampai pada tahap cemas. Tidak hanya itu pembullian dan penghinaan juga muncul diantara masyarakat tanpa mereka sadari menjadi standar kecantikan yang menuntut. Sebagaimana yang diutarakan Berry (2007: 46) bahwa tak semua orang cantik tetapi dengan standar kecantikan inilah membuat kita membandingkan diri kita sendiri dengan orang lain yang masuk kedalam standar kecantikan tersebut. Hal ini pula oleh Gupta (dalam Jha, 2016:60) menyatakan bahwa *colorism* merupakan masalah diskriminasi atas warna kulit dengan menciptakan sudut pandangan bahwa orang berkulit gelap sebagai inferior, kurang kompeten kurang cerdas, kurang berprestasi, dan kurang cantik dari orang Barat.

Tindakan diskriminasi pada warna kulit ini telah ada jauh sebelum muncul media, yang berakar dari warisan perbudakan & kolonialisasi atau penanda ras. Seperti yang dikatakan oleh Hunter (2007:12) rasisme global sudah melampaui batas global yang mengacu pada ideologi sejarah kolonialisme, saat ini didukung dengan visi dunia baru melalui gambaran asosiasi orang kulit putih Amerika yang sangat dihargai dan ditiru di pasar global menjadi sebuah *colorism dan rasisme* yang begitu sulit untuk dilawan. Pada negara Asia hal ini dianggap sebagai bentuk penyoknya kolonialisme dengan mewariskan hirarki warna pada kulit putih oleh Hunter (2007: 2) berkaitan dengan ‘Keterpesonaan’ dan bagi Bettache (2020: 4) pengidolaan atas kulit putih sebagai Timur Fenotipe Asia.

Berdasarkan penjabaran tersebut tampaknya kecenderungan untuk memiliki kulit putih Eropa yang dimaknai cantik, tidak lepas dari pengaruh perkembangan globalisasi dan teknologi melalui media pada periklanan berkaitan erat dengan keberadaan fenomena *colorism*. *Colorism* saat ini ditandai dengan adanya keinginan untuk memiliki warna kulit putih Eropa dan Amerika sebagai salah satu kecantikan global dan tersebar luas oleh keberadaan produk pemutih kulit yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan bidang industri kecantikan. Gagasan kecantikan kulit putih inilah yang menjadikan para perempuan di Indonesia yang juga ditunjukkan pada remaja siswa SMA Negeri 6 Batanghari tidak hanya membuat kulit putih menjadi standar kecantikan. Akan tetapi juga perlakuan diskriminasi baik itu pengejekkan, penghinaan dan pembulian, pada akhirnya membuat perempuan yang juga dialami oleh siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari berusaha untuk mendapatkan kulit putih dengan beberapa perawatan produk *skincare* yang bertujuan untuk memutihkan dan mencerahkan kulit.

Sejauh yang peneliti lihat bahwa penelitian kecantikan tubuh perempuan dan *colorism* sudah banyak ditemukan berbagai penelitian sosial lainnya seperti Sosiologi, Psikologi, Humaniora, Sejarah, Komunikasi, dll. Akan tetapi peneliti masih sedikit sekali menemukan & melihat penelitian tentang kecantikan dalam warna kulit sebagai bagian fenomena *colorism* dalam perspektif Antropologi Sosial, khususnya yang terjadi pada remaja terutama terjadi disekolah. Dikarenakan *colorism* juga sering dialami oleh remaja di sekolah seperti halnya siswa perempuan SMA Negeri 6 Negeri 6 Batanghari. Maka, SMA Negeri 6 Batanghari menjadi lokasi penelitian yang peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “**Colorism dalam Standar Kecantikan Remaja (Studi Kasus Siswa Perempuan SMA Negeri 6 Batanghari Kecamatan Muara Bulian Provinsi Jambi)**”, dengan melihat adanya praktik *colorism* dalam pembulian verbal berupa pengejekkan sehingga membuat para siswa beranggapan bahwa warna kulit putih sebagai kecantikan, yang dalam hal ini membuat mereka melakukan upaya-upaya untuk memperoleh standar kecantikan tersebut sebagai penunjang dalam penampilan fisik atas dampak dari praktik *colorism* yang merupakan sebuah fenomena global.

B. Rumusan Masalah

Pada dasarnya setiap makhluk hidup diciptakan dengan rupa dan bentuk yang berbeda, tak terkecuali dengan manusia. Akan tetapi perbedaan tersebut terutama pada penampilan tubuh telah menjadi bias yang rumit dan mendiskriminasi terutama pada perempuan. Hal ini karna standar kecantikan yang disampaikan media telah membuat bentuk tubuh bukan hanya sekedar tubuh biologis, namun sebagai tempat pengalaman diskriminasi. Seperti yang dikatakan Wolf (2002: 19 & dalam Berry, 2007: 47) bahwa pasar kerja memurnikan mitos kecantikan sebagai cara untuk melegitimasi diskriminasi bekerja terhadap perempuan.

Salah satunya pada warna kulit yaitu kulit putih yang juga menjadi standar kecantikan yang paling diinginkan disebagian besar perempuan di negara Asia dan dunia ketiga. Bias warna kulit atau *colorism* yang ditunjukkan pada kulit putih telah menjadi alasan bagi para perempuan untuk diperlakukan tidak adil dan mengalami diskriminasi pada kehidupan sosial. Ini dapat terjadi bukan hanya pada perempuan dewasa selama berada di lingkungan pekerjaan dan pernikahan, akan tetapi *colorism* juga terjadi pada remaja, yang juga dialami oleh siswa perempuan di SMA Negeti 6 Batanghari.

Para siswa baik perempuan dan laki-laki meyakini bahwa kulit putih juga menjadi standar kecantikan perempuan yang mereka percayai. Ini membuat beberapa dari mereka memperlakukan beberapa siswa lainnya yang tidak berkulit putih dengan tidak adil dengan membulli warna kulit mereka dengan sebutan seperti kusam, kumel, dan keling seperti orang papua. Pengejekan atas warna kulit yang dialami oleh beberapa siswa tersebut mendorong mereka untuk dapat memiliki kulit putih. Upaya-upaya mempercantik diri dengan berbagai produk kecantikan yaitu dengan beberapa *skincare* yang mengutamakan label '*Brightening* atau *Whitening*' seperti Origine paket *Brighthening*, Kymiskin *Brightening*, Wardah *Brighthening*, Zeeta *Brighthening* dan lain-lain yang bertujuan untuk mencerahkan dan memutihkan kulit. Tidak jarang juga produk-produk tersebut terdapat kandungan berbahaya yang cukup berbahaya bagi tubuh dan kulit itu sendiri seperti adanya kandungan merkuri pada *skincare* Collagen. Hal ini dengan alasan untuk mendapatkan warna kulit putih yang dianggap mereka cantik

Walaupun di dapat diketui bahwa warna kulit orang Indonesia secara umum berwarna sawo matang hingga kecoklatan. Keinginan memiliki warna kulit yang putih tidak bisa di bendung, karena dengan keberadaan media yang telah dan

menyebarkan gagasan bahwa kulit putih sebagai standar kecantikan ideal bagi perempuan. Fenomena menggulkan kulit putih seperti dikatakan cantik dapat ditelaah sebagai bagian dari keberadaan *colorism* yang saat ini terjadi atas penyebaran gambaran kecantikan melalui media. Atas dasar penjelasan tersebut, maka peneliti turunkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik diskriminasi berbasis warna kulit (*colorism*) melalui standar kecantikan kulit putih yang dialami remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari?
2. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan untuk memperoleh standar kecantikan terutama pada kulit putih menurut remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka ada dua tujuan penelitian:

1. Mendeskripsikan praktik diskriminasi berbasis warna kulit atau *colorism* melalui standar kecantikan kulit putih yang dialami oleh remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari
2. Mendeskripsikan upaya-upaya yang dilakukan untuk memperoleh standar kecantikan terutama pada kulit putih menurut remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengambil kajian mengenai *colorism* dengan fokus pada tindakan diskriminasi dan perilaku mempercantik diri dengan

menggunakan produk memutihkan dan mencerahkan kulit akibat tindakan diskriminasi yang dialami pada perempuan terutama pada remaja siswa perempuan. Serta juga sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- 1) Dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum mengenai fenomena *colorism* yang terjadi pada kecantikan di kalangan remaja siswa saat ini.
- 2) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat strata satu (S1) Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan pembahasan singkat dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah dibaca yang berhubungan dengan penelitian ini, guna untuk mempertegas dan memperkuat topik penelitian yang hendak dilakukan. Penelitian tersebut akan berisi tentang *colorism*, yang berkaitan dengan standar kecantikan perempuan yang ditujukan pada warna kulit, yaitu kulit putih dan mempengaruhi perempuan dalam penerimaan dan pengejekan yang terjadi pada remaja siswa perempuan, bukanlah menjadi penelitian yang pertama kali dilakukan. Adapun peneliti terdahulu yang berkaitan dengan tulisan ini sekiranya bisa dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat mendukung dan membantu penelitian ini, diantaranya yaitu:

Pertama yaitu Jurnal penelitian oleh Vinay, Kumari, M., & Kumar, V. (2022) berjudul "*Belief That only Fair is Beautiful and its Impact on Teenage Girls*" dalam Jurnal Internasional Ilmu Kesehatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis studi *cross sectional*. Penelitian ini menjelaskan ketidakpuasan pada bentuk tubuh terutama pada warna kulit yang

terjadi dalam waktu jangka panjang yang menyebabkan tekanan signifikan yang akan mempengaruhi kesehatan mental, penggunaan krim pemutih dan variabel lainnya dikalangan remaja.

Pada remaja dikatakan sedang melalui fase rentan pubertas sehingga mereka mudah mengalami masalah citra tubuh yang menyebabkan kurangnya rasa harga diri dan percaya diri. Warna kulit telah menjadi faktor utama yang bertanggung jawab atas adanya masalah ketidakpuasan citra tubuh. Sehingga ketidakpuasan atas warna kulit yang sangat mempengaruhi para remaja untuk menggunakan krim pemutih. Faktor lainnya juga dilihat bahwa ketidakpuasan warna kulit banyak terjadi oleh para remaja perempuan kelas atas dan menengah yang memiliki akses lebih banyak ke media sosial dibandingkan kelas bawah. Pada usia, menunjukkan seiring bertambahnya usia ketidakpuasan terhadap warna kulit tidak terlalu dipikirkan. Namun pada anak perempuan yang memasuki masa remaja dapat dikatakan lebih mudah rentan terhadap pola pikir citra tubuh dibandingkan umur tua. Kemudian faktor tipe keluarga dari Pendidikan dan pekerjaan orang tua menjadi pemicu penilaian kepuasan pada warna kulit itu sendiri.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh Vinay, Kumari, M., & Kumar, V adalah penelitian ini sama-sama melihat bias warna kulit yang terjadi pada remaja yang juga mempengaruhi penggunaan krim memutihkan. Akan tetapi adanya perbedaan bahwa penelitian tersebut menjadikan warna kulit sebagai faktor utama melihat ketidakpuasan citra tubuh dan faktor lainnya yaitu media sosial & keluarga. Sedangkan penelitian ini melihat ketidakpuasan warna kulit akibat adanya perilaku *colorism* seperti pengejekan & pengucilan terutama kulit gelap dan menyebabkan penggunaan krim memutihkan. Penelitian tersebut adalah penelitian kuantitatif dengan analisis studi deskriptif *cross-sectional* pada persepsi ilmu kesehatan yang berlokasi di India. Sedangkan

penelitian ini adalah penelitian kualitatif pada pespektif Antropologi Sosial yang berlokasi di Indonesia lebih tepatnya di SMA Negeri 6 Batanghari kecamatan Muara Bulain, Provinsi Jambi.

Selanjutnya, yaitu Jurnal penelitian oleh Kurnia & Permana (2022) yang berjudul "*Colorism*" ideology": *The Legacy of Colonial Mentality in The Jakarta's Gen-Z- Mixes-Race*" dalam Jurnal *IEOM Society* Internasional. Peneliti ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan poskolonial. Penelitian ini lebih mengulas tentang tren terhadap mengistimewakan warna kulit terutama kulit putih yang terjadi pada Gen-Z yang keturunan kulit putih. Ini menemukan kecenderungan perlakuan *colorism* yang terjadi pada mereka yang sepenuhnya keturunan putih/ bule. Tidak berlaku pada ras campuran bahwa walaupun mereka mendapatkan perlakuan diskriminasi, akan tetapi tidak bersifat negatif dan merusak. Namun dilain sisi mereka masih mendapatkan banyak keuntungan dalam hubungan sosial seperti disukai oleh orang sekitar (guru dan teman) dan dilibatkan dalam acara sebagai MC.

Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian oleh Kurnia & Permana adalah penelitian ini sama-sama melihat bias warna kulit yang terjadi pada remaja. Walaupun penelitian tersebut lebih pada para remaja yaitu Gen-Z yang keturunan kulit putih dan campuran. Kurnia & Permana menggunakan teori Poskolonial untuk menganalisis *colorism* yang dialami oleh Gen-Z keturunan kulit putih dan campuran yang berlokasi di Jakarta. Penelitian ini menggunakan Teori Budaya Popular dari Postmodern Baudrillard untuk menjelaskan standar kecantikan kulit putih yang dialami yang membuat diskriminasi terjadi saat ini. Penelitian kali ini subjek yang ditunjukan adalah remaja yang sebagai siswa perempuan di SMA yang mengalami pengejekkan dan pengucilan.

Selanjutnya, jurnal penelitian dari Baiq Wardhani, Era Largis & Vinsensio Dugis (2018) berjudul “*Colorism, Mimicry and Beauty Construction in Modern India*” dalam Jurnal Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini mengulas bagaimana *colorism* terjadi pada masyarakat India modern, yang bermula dari warisan keberadaan kolonial dengan menyebarkan ideologi Eropasentris melalui kulit putih sebagai warna kulit yang diinginkan. Untuk memperkuat kekuasaan dengan menciptakan rasa iri terhadap bentuk fisik dari warna kulit pada kaum jajahannya. Terlihat dari permasalahan kepercayaan diri menjadi masalah besar terutama dikalangan wanita berkulit gelap dan diperburuk sistem kasta. Cara untuk mencapai kepercayaan diri ini dengan mengadopsi bentuk biologis atau ras para penjajah yaitu warna kulit putih, dengan dilihat dari adanya penjualan produk pemutih atau pencerah yang lebih tinggi daripada soda *Coca Cola*.

Peristiwa ini adalah fenomena mimikri yaitu perilaku meniru orang, budaya, perilaku, tata karma, dan nilai-nilai kolonial yaitu berupa warna kulit putih. Dan hal ini dilanggengkan pula dengan adanya globalisasi yang menyebarkan produk pemutih/ pencerah pada iklan yang dianggap sebagai standar kecantikan yang ada pada wanita. *Colorism* menjadi isu global terutama dengan munculnya globalisasi dan kemajuan teknologi yang memfasilitasi pewarnaan dengan mengeksport budaya, produk, dan imperialisme Barat termasuk preferensi warna kulit.

Persamaan dengan penelitian ini juga menggunakan penjelasan *colorism*, pada kulit putih sebagai bentuk dari kecantikan yang diinginkan oleh perempuan Asia. Penelitian tersebut berlokasi di negara India dan penelitian ini dilakukan berlokasi di Indonesia khususnya terjadi di remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari. Perbedaan dalam penelitian Baiq Wardhani, Era Largis, Vinsensio Dugis yang menggunakan pandangan mimikri sebagai bentuk peniruan ras eropa

pada kecantikan, globalisasi yang melanggengkan keberadaan standar kecantikan Europasian yaitu kulit putih. Sedangkan penelitian ini menggunakan budaya populer sebagai media penyebaran kriteria standar kecantikan kulit putih yang menjerat masyarakat. bukan hanya sekedar ide cantik semata, akan tetapi menimbulkan perlakuan diskriminasi yang secara sadar & tak sadar dilakukan oleh masyarakat. Hal ini sebagai alasan untuk memenuhinya ide yang ada, yang juga dialami oleh remaja siswa perempuan SMA N 6 Batanghari.

Selanjutnya penelitian dari Kunithia, Susanti & Kokonya (2023) berjudul “*Afrocentric Beauty: The Proliferation of ‘Texturist’ and ‘Coloris’ Beliefs Among Young Women in Kenya*” dalam Artikel Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik Universitas Airlangga. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini secara spesifik berfokus pada cita-cita kecantikan umum terhadap warna kulit ‘*colorism*’ & rambut ‘*tekstur*’ yang dipengaruhi oleh keberadaan keluarga dan teman sebaya di sekolah yang mempengaruhi cara pandang remaja siswa terhadap diri mereka sendiri.

Anggota keluarga dan teman sebaya telah memperlihatkan pengidealan kulit terang, lembut, rambut panjang sebagai hal yang menarik. Sedangkan kulit gelap dan rambut berstekstur sebagai hal tidak menarik atau diletakkan pada stereotip dan diperlakukan negatif yang dihubungkan dengan ciri perilaku dan peran sosial. Akan tetapi ada pengecualian kulit gelap yang dianggap menarik jika wanita muda memiliki fitur wajah lain yang dianggapnya menarik, seperti kulit halus, mata dan bibir bagus. Pengalaman ini menunjukkan bahwa di rumah oleh keluarga dan teman sebaya di sekolah telah banyak menunjukkan baik secara sadar dan tak sadar, terbuka dan terselubung, melalui bahasa dan tindakan atas diskriminasi yang ada.

Persamaan penelitian oleh Kunithia, Susanti & Kokonya dengan penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama melihat bias warna kulit atau *colorism* yang

dialami oleh para remaja. Akan tetapi, penelitian tersebut juga menyertai tekstur/bentuk rambut dalam mempengaruhi diskriminasi yang dialami, sedangkan peneliti dalam hal ini hanya berfokus pada warna kulit saja. Pada subjek penelitian Kunithia, Susanti & Kokonya lebih berfokus pada remaja muda yang berlokasi di Kenya yang dipengaruhi oleh keluarga dan teman sebaya. Sedangkan pada penelitian ini lebih pada remaja siswa perempuan di SMA Negeri 6 Batanghari melihat pengaruh penilaian kecantikan pada warna kulit yang negatif yang dilakukan oleh teman sebaya di sekolah yang dipengaruhi oleh keberadaan media. Maka dari itu penelitian ini menggunakan teori budaya populer untuk menjelaskan penilaian *colorism* yang dibentuk atas dasar standar kecantikan yang disampaikan berbagai media. Kemudian pada penelitian tersebut menggunakan teori realitas sosial Berger & Luckman untuk menjelaskan *colorism* dan *texturism* yang telah dikonstruksikan secara sosial dalam institusi sosial.

Selanjutnya, peneliti juga menghadirkan penelitian yang membahas tentang kecantikan atau standar kecantikan sebagai bahan pendukung pada penelitian ini yaitu dalam Dian Putri Maulina (2018) yang berjudul “*Perilaku Mahasiswi Melalui Natasha Skin Clinic Center Kota Padang*” dalam Skripsi Antropologi Sosial Universitas Andalas. Pada Skripsi secara spesifik menjelaskan keputusan mahasiswa dalam mengkonsumsi produk kosmetik yang dipengaruhi oleh pandangan mereka atas penilaian citra tubuh pada kecantikan dari media sosial dan juga dari pertemanan. Keberadaan citra tersebut berdampak pada perasaan tidak percaya diri, dan terus membandingkan diri mereka. Atas dasar inilah mereka mencoba mencari dan mulai membeli berbagai perawatan kecantikan yaitu perawatan yang dilakukan di Natasha Skin Clinic. Keputusan memilih perawatan Natasha Skin Clinic juga bermula dari promosi yang terus tersebar di media sosial

berupa iklan promosi berupa keunggulan produk dan manfaat yang diperoleh selama penggunaan.

Persamaan dengan penelitian ini juga menggunakan kebudayaan sebagai makna dan simbol dari Geertz, sebagai konsep dan, teori budaya populer dari postmodern dalam menjelaskan standar kecantikan yang terjadi pada saat ini. Sedangkan perbedaannya, Dian putri Maulina subjek penelitiannya yaitu mahasiswi sebagai konsumen Natasha Skin Klinik pada perawatan tubuh yaitu perawatan kulit untuk menghilangkan jerawat, memutihkan kulit dan menurunkan berat badan. Penelitian kali ini subjeknya yaitu remaja siswa SMA yang mengalami perlakuan atau korban diskriminasi atas warna kulit.

Colorism yang terjadi bukan hanya memberikan gagasan kulit putih sebagai standar kecantikan yang diinginkan. Namun juga menyebabkan pengalaman diskriminasi atas pengaruh keberadaan media sosial atau budaya populer dalam memasarkan produk. Selanjutnya, perbedaan terletak lokasi penelitian yaitu penelitian tersebut dilakukan di kota Padang dan penelitian kali ini dilakukan di SMA Negeri 6 Batanghari Provinsi Jambi Kabupaten Batanghari, yang akan memberikan hasil penelitian yang berbeda.

Penelitian mengenai kecantikan perempuan yang pernah dilakukan oleh Fariza Ramadani (2019) yang berjudul “*Beauty Vlog & Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta*” dalam skripsi Antropologi Sosial Universitas Padjadjaran. Pada skripsi ini secara spesifik menjelaskan bahwa perilaku cantik & mempercantik diri oleh kalangan perempuan muda di Jakarta yang dibentuk oleh tafsiran makna cantik yang disampaikan melalui tontonan *Beauty Vlogger*. Nonton *Beauty Vlogger* mulanya dilakukan untuk memberikan pengetahuan cara merias diri yang benar dengan alasan bahwa mereka merasa belum memiliki kemampuan dan memerlukan keterampilan ini sebagai kebutuhan sehari-hari saat berkegiatan di

luar rumah yang memungkinkan bertemu banyak orang. Seiring berjalannya waktu *Beauty Vlogger* bukan hanya memberikan pengetahuan mengenai riasan yang ingin mereka ketahui, akan tetapi juga memberikan wawasan mengenai konsep kecantikan yang lainnya, dan menjadi inspirasi dalam mempercantik diri.

Persamaan dengan penelitian ini menggunakan kebudayaan sebagai makna dan simbol oleh Geertz, akan tetapi dalam penggunaan memiliki perbedaan yaitu penelitian ini menggunakannya sebagai konsep dan pada teori peneliti menggunakan budaya populer dari postmodern Baudrillard. Sedangkan perbedaannya, penelitian Fariza Rahmadina subjek penelitiannya yaitu perempuan muda, secara umum melihat makna kecantikan melalui tontonan *Beauty Vloger* yang mempengaruhi konsep kecantikan dan perilaku mempercantik diri. Pada penelitian ini menggunakan subjek remaja perempuan spesifik siswa SMA dan juga melihat semua cangkupan yang berada dalam budaya populer termasuk *Beauty Vlogger* untuk mengetahui berbagai produk kecantikan terutama memutihkan kulit dalam melakukan perilaku mempercantik diri. Akan tetapi, konsep kecantikan yang didapatkan melalui perlakuan diskriminasi yang mereka alami. Perbedaan selanjutnya terletak di metode penelitian Fariza Rahmadinna menggunakan metode etnografi pada perempuan muda di kota Jakarta, sedangkan penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada remaja siswa perempuan di SMA Negeri 6 Batanghari Provinsi Jambi.

Beberapa penelitian yang telah dikemukakan di atas memiliki satu kesamaan topik yang akan peneliti kaji yaitu sama-sama meneliti tentang kecantikan pada remaja serta kecantikan pada kulit putih. Bukan hanya sekedar keinginan, akan tetapi ini telah menjadi penilaian yang mendiskriminasi seperti pengejekan dan pengucilan yang dialami oleh beberapa orang, hal inilah yang dikatakan sebagai bentuk fenomena *colorism*. Keinginan dan penelian cantik tersebut bukanlah

berasal dari kebudayaan yang ada pada masyarakat sejak lama, akan tetapi ini dibentuk atas keberadaan media. Media yang memperlihatkan kecantikan tubuh terutama kulit putih sebagai bentuk kecantikan ideal. Kecantikan kulit putih yang berkaitan keinginan dan penilaian diskriminasi inilah merupakan fenomena *colorism* yang telah menjadi isu global.

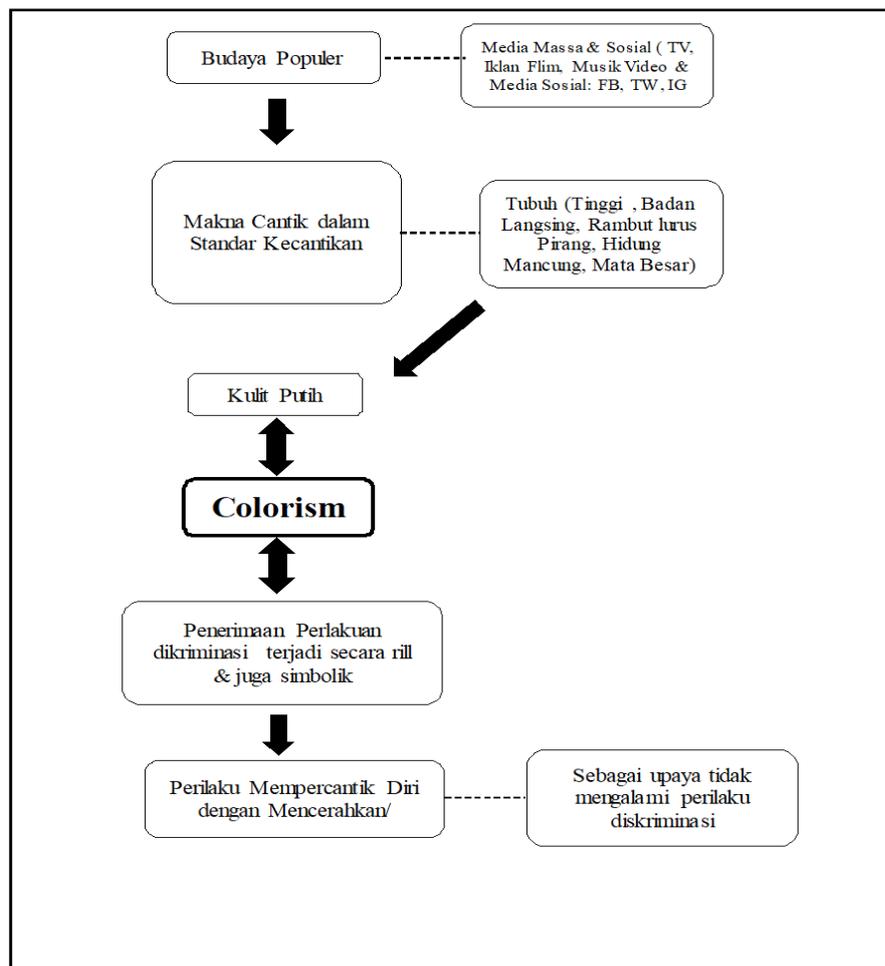
Meskipun penelitian diatas memiliki relevansi dengan topik penelitian, akan tetapi penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian akan mengulas tentang pandangan dan makna cantik terutama berkaitan dengan warna kulit. Bukan hanya pandangan dan penilaian semata, akan tetapi menimbulkan perilaku diskriminasi yang mempengaruhi kepercayaan diri dan kesehatan mental para remaja. Hal ini akan membuatnya para remaja berupaya untuk mendapatkan standar kecantikan kulit putih dengan upaya memutihkan warna kulit melalui produk pemutih. Dimana sejauh yang penelitian lihat belum ada penelitian mengenai hal ini, fenomena *colorism* yang menggabungkan dua hal yaitu perlakuan diskriminasi, atas standar kecantikan kulit putih terhubung dalam penelitian, yang juga khusus yang terjadi pada remaja perempuan sebagai siswa SMA Negeri 6 Batanghari Jambi, yang dapat dikatakan bahwa lingkungan sekolah juga menjadi salah satu tempat *colorism* terjadi.

F. Kerangka Pemikiran

Adapun alur pikir yang peneliti gunakan untuk mendeskripsikan dan menjawab penelitian ini dapat dilihat pada Bagan 1. Penelitian ini akan menggunakan teori Budaya Populer dari Postmodern Baudrillard dan Konsep Interpretasi Simbolik dari Geertz serta konsep *colorism*. Pada teori dan dua konsep inilah yang peneliti gunakan untuk menjelaskan secara mendalam mengenai fenomena *colorism* yang tidak hanya melihat kulit putih sebagai standar kecantikan

pada perempuan. Akan tetapi ini juga menjadi alasan mendasar dari adanya penilaian dan perlakuan diskriminasi seperti tindakan pelecehan verbal berupa pengejekkan yang dialami oleh Remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari.

Bagan 1
Alur Pikir peneliti gunakan dalam Menggambarkan Permasalahan Penelitian



(Sumber: Data Primer 2022)

Pada era *modern* dengan perkembangan teknologi berupa alat-alat elektronik, komunikasi dan perangkat lainnya membuat segala ilmu pengetahuan dan informasi dapat diperoleh dengan mudah. Melalui kemudahan tersebut menjadikan setiap orang sangat mengandalkannya di setiap kesempatan dan keadan, baik itu pekerjaan

kantor, rumah tangga, sekolah, bermain dan lain-lain. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Baudrillard (2018: 138) & Castell (dalam Sugiharto, 2019: 74) bahwa teknologi berupa *gadget & net* telah menjadi lambang permainan dari masyarakat *post-modern* seperti saat ini, yang mengisi warna yang dominan dalam kehidupan sehari-hari tanpa adanya Batasan baik itu barang, tempat, hubungan sosial, pelayanan jasa, dan hiburan. Dalam hal ini telah membuat kita.

Dalam hal ini dominasi teknologi tidak hanya membuat manusia menjadi mengandalkan atau dengan kata lain bergantung pada setiap kegiatan yang dilakukan. Akan tetapi, dalam hal ini juga membuat setiap fenomena yang ada pada diri manusia tidak lagi nyata dan beralih pada imaji visual. Imaji visual dalam hal ini semakin diandalkan dalam berkomunikasi yang juga dianggap sebagai peralihan dari budaya membaca tulisan ke komunikasi lisan. Namun melalui peralihan ini menurut Sugiharto (2019: 91) yang terjadi di abad 21 telah menjadikan kehidupan manusia dipenuhi dengan aneka imaji dan narasi yang telah dianggap sebagai *Fantasmogaria*⁸, dalam membentuk segala citra yang ada terutama citra kesuksesan dan kebaikan. Ini merupakan budaya populer yang dalam Postmodern sendiri sebagai bentuk tanda-tanda yang mendominasi realitas kita, yang mengkonstruksikan rasa kita terhadap realitas sosial maupun rasa kita sebagai bagian dari realitas itu sendiri (Srinati, 2004: 257).

Dalam hal ini kita dapat mengartikan terlebih dahulu dasar dari budaya populer. Budaya populer sendiri oleh William (dalam Storey 2009: 2-3)

⁸ *Fatasmogari*, awalnya mengacu pada istilah pengalaman atau ilusi persepsi yang mengganggu, walaupun pada kenyataannya, istilah ini terutama mengacu pada visual yang tidak dapat disensor. Atau oleh Ali teori arsitektur Perez Gomez (dalam Spencer, 2020) mendefinisikan *faantasmagoria* adalah sebagai fenomena yang tidak dapat disensor atau secara khusus, istilah ini digunakan ketika mengacu pada pertunjukan ilusi/pertunjukan hantu horror yang menakutkan. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2022.894078/full>. Dilihat pada 18 Januari 2024, pukul 17.18

menyatakan sebagai definisi yang implisif dan eksplisif, disaat bersamaan juga dianggap sebagai kategori kosong, yang dapat diisi dengan berbagai cara yang sering dipertentangkan serta tergantung pada konteks penggunaannya. Maka definisi budaya populer juga dapat diartikan sebagai budaya massa/populisme yang merupakan kebudayaan yang paling dipahami dan disukai oleh publik (Storey, 2009: 5-6; Heryanto, 2005: 22, 25; Sugiharto, 2019: 97). Dalam hal ini berupa berbagai suara, gambaran, pesan yang diproduksi secara massal dan komersial termasuk iklan, musik, busana/mode, televisi, film serta pemakaian lainnya, berkaitan untuk menarik empati, harapan dan cita-cita yang dieksploitasi dengan tujuan ekonomi oleh pihak industri kapitalis (Srinati, 2004: 12-14).

Melalui berbagai budaya populer yang ditayangkan ini lah yang dikemukakan oleh Baudrillard (2018: 107-109; dalam Hidayat, 2021: 84-85), telah membuat manusia tidak hanya mengonsumsi sebuah produk, akan tetapi kita juga telah mengonsumsi tanda atau simbol yang disebarkan. Logika konsumsi dapat diartikan tidak hanya pada konsumsi barang dan jasa, namun dalam hal ini juga diproduksi dalam manipulasi sejumlah tanda sosial. Dalam hal ini tanda secara sengaja disimulasi dalam bentuk manipulasi gambaran berbagai produk (objek) untuk mempengaruhi masyarakat secara luas dalam bentuk pendidikan tambahan (Baudrillard, 2018). Dimensi pendidikan tambahan yang dimaksudkan secara khusus berada pada lingkaran *mode* dan *tren* yang masing-masing orang diharapkan mengetahui dan di ulang kembali secara tahunan, bulanan atau musim dalam bentuk berpakaian, mobil, dan objek-objek lainnya (Baudrillard, 2018: 121).

Jalan inipun juga di katakan oleh Horkeirmer dan Adorno (dalam Sugiharto, 2019: 29) bahwa sebagai bagian dari budaya populer, produk kapitalis tidak hanya diproduksi dengan mutakhir, melainkan produk juga di bentuk berdasarkan gambar

atau gaya hidup yang bersifat masal yang dikelola melalui jejaring media. Salah satunya juga ditujukan kepada para perempuan yang memberikan gambaran tubuh sebagai tanda kecantikan yang didaur ulang oleh pihak industri kecantikan. Sehingga pada saat ini disebutkan sebagai sebuah standar kecantikan pada perempuan.

Hal ini dapat dilihat bagaimana perhatian tanda yang dimainkan oleh budaya populer pada tubuh, yang juga dikatakan oleh Baudrillard (2018: 112) sebagai suatu pendidikan tambahan fisik. Dimana fisik tidak lagi dianggap sebagai simbol budaya yang ada di beberapa etnis, melainkan model simulasi yang sempurna untuk diedarkan kembali. Bisa diartikan juga bahwa tubuh tidak lagi dinilai sebagai daging utuh dalam pandangan Religi, akan tetapi sebagai tapal batas sekaligus indra ke enam serta gaun yang diberbaur dengan produk dalam penopang ekonomi, dengan prinsip pembauran (psikologi) individu sebagai strategi politik & kontrol sosial (Baudrillard, 2004: 165-166). Dalam hal ini juga Baudrillard (2004: 173) melihat bahwa etika kecantikan tubuh yang merupakan etika mode yang tidak hanya sekedar tanda yang ditukarkan, akan tetap berfungsi sebagai nilai tanda yang dibuat oleh ahli kecantikan yang membuat setiap perempuan beranggapan bahwa dirinya akan sepadan dengan *design* atau model dalam perusahaan. Lury (1998: 11) menyatakan hal ini sebagai undang-undang, resep-resep, dan saran yang menyumbangkan hubungan reflektif yang meningkatkan identitas diri, dalam artian memfesyenkan diri sebagai hubungan estetika dan etika di kehidupan sehari-hari.

Produk industri kecantikan telah banyak menciptakan berbagai macam produk perawatan atau perias tubuh yang dinamakan sebagai *Skincare* dan *Make up*. Melalui produk-produk tersebut, gambaran atau konseptual kecantikan di konstruksikan serta disebarikan melalui berbagai media. Hal ini juga disetujui oleh

Jha (2016: 20) bahwa berbagai sumber media itu berupa media lama & media baru⁹ sebagai titik kunci untuk daur ulang budaya kecantikan berdasarkan daya pemasaran dan keuntungan. Pada akhirnya atas tujuan keuntungan pemasaran inilah yang membuat kecantikan yang telah ada pada masyarakat yang didasarkan oleh budaya etnis dan suku mereka sendiri, berubah yang cenderung condong kepada gambaran produk yang menampilkan fisik kebarat-baratan.

Tampilan fisik kebarat-baratan yang ditunjukkan berupa baik tampilan fisik Eropa maupun Amerika yang disebut sebagai penampilan fisik ras *Kaukasian*. Penampilan fisik tersebut dengan tubuh kurus, langsing dan tinggi, rambut panjang, mata besar, hidung mancung, dan kulit putih yang disebut sebagai standar kecantikan (Wolf, 2002: 1; Berry, 2007: 2; Wiasti, 2010: 5; 2017: 108; Jahidin dan Ahmad, 2019: 110). Akan tetapi, kulit putih lah yang lebih diagungkan dan dielukan sebagai suatu yang cantik bagi perempuan Asia dan Dunia Ketiga seperti yang terjadi Indonesia.

Indonesia dapat dikatakan telah menjadi salah satu negara Asia dan juga Dunia Ketiga yang sangat mendewakan kulit putih sebagai salah satu standar kecantikan bagi perempuan. Pendewaan tersebut dapat dikatakan tidak lepas dari keberadaan berbagai media yang ditampilkan. Seperti yang disampaikan oleh Amalia (Dalam Malau, 2019: 9) dan Sucusman dan Utami (2021: 68) bahwa, konstruksi media terutama melalui iklan menjadi faktor utama sebagian besar orang Indonesia terobsesi atas kulit putih yang dianggapnya cantik. Terutama pada produk kecantikan yang berlabel '*Brighthening* dan *Whitening*' yang terdapat di berbagai industri

⁹ Media lama (surat kabar, majalah, TV, radio) & media baru (*Youtube, Facebook, Google, Skype, Twiter & Weblog, penambahan saat ini seperti Instrgram & Tik Tok*)

kecantikan Indonesia seperti produk Citra dan Garnier pada (lihat Gambar 1). Kemudian hal ini diutarakan oleh Spesialis kulit Dr. Dicky Prawiratama, MSc, Spkk bahwa kulit putih masih menjadi dambaan pada setiap wanita Indonesia, diantara dari 400 ribu brand hampir 90 persennya termaksud brand lokal menjual berbagai produk berupa *skincare Brightening* dan *Whitening* (Khadijah Nur Azizah, 2023)¹⁰. Produk-produk tersebut menyatakan cantik itu putih dengan berbagai jargon yang dibuat seperti *White beauty* ataupun *healthy white* (Aprilia, Listyani: 2016: 6).

Gambar 1.
Citra dan Garnier adalah salah satu produk kecantikan berlabel *Brigtheing* dan *Whitening* yang cukup terkenal di Indonesia



(Sumber: Data Sekunder dari iklan produk kecantikan dari www.google.com)

Kemudian pada perkembangannya lebih jauh paras kulit putih tidak hanya ditampilkan pada berbagai periklanan produk kecantikan. Namun telah berada pada berbagai macam produk, perfilm atau sinetron, videoklip music (MV) dan lain-lain. Dimana secara sengaja menggunakan aktor terutama aktris/artis yang memiliki paras kulit putih baik itu orang didalam atau luar negeri. Hal ini juga disampaikan oleh Hunter (2007 :13) bahwa, televisi, film, internet, dan iklan cetak semuanya telah menampilkan wanita kulit putih dengan rambut pirang tidak hanya sebagai budaya

¹⁰ Dilihat dari Artikel <https://health.detik.com> : Memutihkan Kulit Masih Jadi Perawatan yang Paling Diminati Wanita Indonesia. Dilihat pada 2 september 2023, pukul 16. 34

ideal tetapi budaya imperatif¹¹, yang memberikan penghargaan untuk orang kulit putih (gambar 2).

Gambar 2.
Salah satu Drama atau Sinetron yang terkenal



(Sumber: Data Sekunder dari www.google.com)

Selanjutnya tidak hanya dengan hadirnya budaya barat, namun pada saat ini budaya korea atau *Korean Wave/ Hellue Wave* telah mengambil andil yang cukup besar dalam mempengaruhi kulit putih sebagai standar kecantikan. Melalui peromansaan aktor dengan *K-drama & K-popnya* yang berparas rupawan salah satunya adalah warna kulitnya yang putih (Rohmiatika, 2023: 422-423). Dalam hal ini juga dimanfaatkan dalam berbagai produk lokal lainnya seperti elektronik, makanan, *skincare* dan lainnya (gambar berikut).

¹¹ Budaya imperatid adalah suatu kebiasaan dan pengharapan bisnis yang dapat dipenuhi dan disesuaikan dengan negara yang ditempatkan dalam bisnis tersebut. Contohnya menu makanan yang ada di McDonald's yang berlokasi di California jelas berbeda dengan yang ada di Indonesia Purnama, A. M. (2017: 3-4)

Gambar 3.
Berbagai Produk Ambacador Aktor & Aktris Korea



(Sumber: Data Sekunder dari www.google.com)

Pada akhirnya menurut Black (2004: 22) bahwa bentuk budaya populer seperti bioskop dan sinema memainkan peranan penting dalam mempromosikan penggunaan kosmetik dan produk kecantikan. Kemudian berkembang di dengan tumbuhnya selebriti lokal seperti Selebgram, Influenser, Conten Creator dan Ceo¹² (Hapsari & Sukardani, 2018: 60; Irwanto, & Hariatiningsih, 2020: 119). Selanjutnya berbagai hastag Tik Tok dan Instagram (Setyawan, 2021: 86) dalam mempertahankan standar kecantikan dengan foto dan video yang mereka unggah. Serta berbagai fitur aplikasi filter dan pengeditan otomatis yang tidak secara

¹² Beberapa istilah ini sering merujuk pada beberapa orang yang berpengaruh dan terkenal di Media Sosial, berupa Instagram, tik tok, dan Youtube. Akan tetapi di lihat lebih lanjut memiliki istilah yang berbeda-beda yaitu untuk Instagram sendiri dikenal dengan istilah Selebgram, di tik tok di kenal dengan sebutan CEO (<https://www.firstmedia.com/article/5-istilah-tiktok-yang-wajib-kamu-ketahui>, dilihat pada 9 Desember 2023, pukul 12.23). Pada istilah influencer dan conten creator juga memiliki perbedaan conten creator adalah orang yang memproduksi berbagai macam digital content seperti informasi tertulis, visual, dan audio, yang bertujuan untuk memasarkan dan mempromosikan produk ke audiens, hanya berfokus pada pembuatan dan publikasi konten yang bertujuan untuk membangun brand awareness dan berbagai informasi. Sedangkan influencer membuat konten seperti conten creator namun lebih di terkenal karena dapat memberi pengaruh ke audiens dengan popularitas yang mereka miliki yang berfokus pada membangun audiens dan mempromosikan brand secara individu. <https://revou.co/panduan-karir/content-creator-adalah>. Dilihat pada 9 Desember 2023, pukul 12.38.

langsung mendukung adanya warna kulit lebih terang membuat mereka menganggap gambar ini lebih menarik dan disukai (Varghese dalam Craddock Dlavo & Diedrichs 2018: 2). Dalam hal ini gambaran tersebut banyak di gandrungi oleh para remaja-remaja tanpa mereka sadari.

Salah satunya yang juga yang terjadi pada para remaja di SMA Negeri 6 Batanghari yang mempercayai bahwa kulit putih sebagai kecantikan yang tidak dapat dielakan dengan ungkapan “kalau putih pasti cantik”. Hal ini juga disampaikan oleh Appadurai (1996: 77), bahwa gaya penyajian masa kini yang seolah-olah sudah hilang, menjadi ciri dari banyaknya iklan televisi, terutama yang ditujukan untuk pasar anak muda. Bagi Black (2004, 24) munculnya pasar remaja selama periode ini merupakan fungsi dari meningkatkan kecanggungan untuk mensegmentasi dan mengembangkan pasar tertentu dan sebagai perubahan konteks sosial.

Perubahan konteks sosial, dapat dilihat dari kehadiran standar kecantikan kulit putih yang ditampilkan oleh berbagai budaya populer, yang tidak sesuai dengan ciri khas entitas kebudayaan masyarakat Indonesia. Indonesia dapat diketahui bersama, bahwa bentuk kecantikan masyarakat Indonesia memiliki ciri khas entitas sendiri disetiap wilayahnya. Seperti yang disampaikan oleh Wiasti (2017: 108), bahwa kecantikan sebagai bagian dari masyarakat maka memiliki ciri pembeda dari satu kebudayaan dengan kebudayaan lainnya yang tidak lepas dari tradisi yang diwariskan secara turun temurun. Kemudian secara biologis kulit orang Indonesia yang identik dengan kulit sawo matang dan kecoklatan, hal ini dikarenakan secara wilayah Indonesia di lewati oleh jalur katulistiwa. Akhirnya ini

menjadi faktor pembentuk warna kulit masyarakat Indonesia yang sawo matang hingga kecoklatan dalam artian berasal dari ras Mongoloid¹³ & Melanesia¹⁴.

Dalam hal ini juga disampaikan oleh seorang Antropolog, dan Paleoantropologi yaitu Nina Jablonski (2006; 2012: 15-17) dalam buku-buku hasil riset penelitiannya seputar kulit manusia¹⁵ menyatakan bahwa, konsep warna kulit diartikan secara biologis dan juga sosial, warna kulit secara biologis berasal dari zat melanin dan hemoglobin yang merupakan zat pembentuk pigmen yang digunakan sebagai pelindung dari radiasi ultraviolet (UVR) oleh matahari, semakin gelap warna kulit, maka akan semakin baik kulit untuk melindungi tubuh manusia dari resiko sinar matahari yang dapat menyebabkan penyakit. Pada kulit putih yang zat melaninnya lebih rendah menjadikannya lebih rentan terhadap kanker atau penyakit kulit & kerusakan lainnya. Akan tetapi, warna kulit memiliki tendensi yang berbeda yang diartikan dalam ranah sosial bahwa kulit putih dianggap sebagai superior, penanda kedudukan tinggi, status, kesuksesan dan kebahagiaan yang mendorong keinginan mencerahkan kulit. Ini juga terjadi pada ranah kecantikan perempuan

¹³ Selain ras Melanesia dan ras lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia yaitu Ras Malayan, Mongoloid, Ras Asiatic Mongoloid, dan Ras Kaukasoid <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/sekilas-tentang-ras-melanesia-dan-persebarannya-di-nusantara/> Pada tanggal 18 Januari 2023, pukul 19.20

¹⁴ Karakteristik fisik Ras Melanesia yaitu memiliki warna kulit cenderung coklat kehitaman, berambut keriting, dan bentuk bibir yang tebal dari persebarannya terletak di wilayah Papua, Maluku & Nusa Tenggara Timur (NTT) <http://nasional.tempo.co/read/1609667/inilah-3-ras-yang-ada-di-indonesia-selain-melanesia> dilihat pada 18 Januari 2023, pukul 19.13

¹⁵ Buku-bukunya yaitu Skin: A Natural History yang diterbitkan pada tahun 2006, Living Color: The Biological and Social Meaning of Skin Color pada tahun 2012 dan Seminar chanel TED Nina Jablonski breaks the illusion of skin color pada tahun 2009 <https://m.youtube.com/watch?v=QOSPNVunyFQ&feature=youtu.be> dilihat pada 16 september 2023, pukul 15.45 dan selain itu Web Ted berjudul Mengapa kita memiliki rambut di tempat acak seper itu?-Nina g. Jablonski https://www.ted.com/talk/nina_g_jablonski_why_do_we_have_hair_in_such_random_places/language=id dilihat pada 16 september 2023, pukul 15.50

(kulit putih itu cantik) dengan adanya produk pencerah kulit sebagai perluasan dari fenomena *colorism* yang mendunia (2006; 2012: 15-17).

Colorism sendiri dapat didefinisikan sebagai bias atau prasangka pada warna kulit yang dianggap lebih baik atau unggul yang tidak berkaitan dengan etnis dan ras. Pada tahun 1982 Alice Walker (dalam STrmic-pawl, Gonlin & Garner, 2021: 290) menciptakan istilah *colorism* untuk merujuk pada hak istimewa berkulit terang/putih dikalangan komunitas kulit hitam. Namun oleh beberapa ahli seperti Hunter (2005: 3), Burke (dalam Burton, dkk, 2010: 440) Jablonski (2012: 180), Jha (2016: 118) & Bettache (2020: 4) menyatakan bahwa *colorism* adalah bias prasangka pada warna kulit atau juga dikenal sebagai stratifikasi (*shadeism*) pada warna kulit apapun yang dianggap lebih baik, disukai atau unggul yang dapat terjadi pada orang-orang dari kelompok etnis atau ras yang sama.

Akan tetapi yang paling banyak disoroti bahwa kulit putihlah yang sering diperlakukan lebih baik, lebih disukai, dan diinginkan dalam hal ini memberikan hak istimewa pada orang yang berkulit terang atas warna berkulit gelap (Hunter, 2005: 2007). Misalnya orang berkulit cerah dibandingkan orang berkulit hitam dianggap lebih cantik, cerdas dan umumnya memiliki status yang tinggi (STrmic-pawl, Gonlin & Garner, 2021: 292). Bisa dikatakan *colorism* yang terjadi menunjukkan preferensi untuk kulit putih tidak selalu untuk ras yang sering diasumsikan (Bettache, 2020: 4). Namun apa yang dimaksud terang versus sedang ataupun versus gelap sendiri memiliki penilaian yang rumit berdasarkan relevitas (STrmic-pawl, Gonlin & Garner, 2021: 292)

Bisa disoroti lebih lanjut bahwa *Colorism* seringkali diartikan sebagai bagian dari keberadaan *rasism*. Walabukanlah masalah diskriminasi *ras* atau *rasisme*, akan tetapi memahami *colorism* dapat membantu kita lebih baik memahami bagaimana

rasism bekerja dalam masyarakat kontemporer (Hunter, 2007: 15). Hal ini karena dalam risalah antropologi sendiri pada akhir abad-19 dan awal abad ke-20 penjelasan akan perbedaan warna kulit sering diberikan pada konteks definisi ras, dan beberapa ras dianggap lebih unggul atau baik dari yang lain (Jablonski, 2006: 2). Diketahui terlebih dahulu bahwa ras merupakan asumsi bahwa individu dapat dibagi menjadi beberapa kelompok fenotipe atau genotype yang berupa warna kulit, ciri wajah, dan tekstur rambut dan hal itu memiliki perbedaan yang berarti (Burton, 2010; Spears, 2020)

Namun, oleh filsuf Immanuel Kant warna kulit lah yang menunjukkan kualitas kepribadian dan moral sebagai kriteria utama yang digunakan untuk menyortir seseorang ke dalam kategori yang disebut ras (Jablonski, 2012). Kemudian *rasism* sendiri merupakan suatu praktik memperlakukan orang lain secara berbeda dengan memberikan penilaian yang diukur berdasarkan karakteristik ras, sosial atau konsep mental tertentu mengenai diri (*Self*). Sehingga *rasism* telah menjadi masalah karena konsep ini tidak sekedar menjadi kategori pembeda, namun lebih dari itu yang ditunjukkan untuk menegaskan superioritas (Umrela, dkk, 2020: 77).

Maka dapat dikatakan bahwa *colorism* ditopang *rasism*, akan tetapi tidak sama dengan *rasism*. Para sarjana yang menelusuri asal usul *colorism* berasal dari ras dan *rasism* yang berkaitan dengan penjajahan Eropa, perbudakan dan supermasi kulit putih yang melahirkan *colorism* itu sendiri (Dixon & Telles, 2017: 3; Bettache, 2020: 5). Hal ini juga dikatakan oleh Brown (2019:2) bahwa *rasism* dan *colorism* adalah dua istilah yang berbeda yang dikira sama, akan tetapi *colorism* hanya pembedaan berdasarkan warna kulit yang bagian dari produk *rasism*, yang artinya *rasism* melahirkan *colorism*. Dalam hal ini *colorism* juga merupakan satu

manifestasi yang lebih besar yang mengkomunikasikan makna dan status tentang ras & rasism yang terjadi di Amerika di AS (Oma & Winant dalam alam Hunter, 2007: 15). Akan tetapi, *colorism* dengan jelas menjelaskan bagaimana diskriminasi terjadi pada spektrum warna kulit yang terwujudkan didalam dan diluar kelompok ras & etnis di seluruh dunia (STrmic-pawl, Gonlin & Garner, 2021: 290).

Ini memperlihatkan bahwa *colorism* memiliki cara kerja yang berbeda walaupun memiliki asal mula yang sama berasal dari rasisme. Akan tetapi bisa dilihat bahwa *colorism* sebagai pembedaan seseorang berdasarkan warna ini, sebelumnya juga telah ada di beberapa budaya selama berabad-abad sebelum adanya kolonialisasi, seperti halnya di Jepang (Saraswati, 2013: 38) dan India (Saraswati, 2013: 28). Akan tetapi ini lebih diperburuk dengan adanya dukungan dari para kolonial yang telah menafsirkan kulit putih sebagai kecantikan serta sebagai bentuk status sosial yang lebih kuat. Hal ini juga dikatakan oleh Wolf (2002: 21) Hunter (2007: 2) & Saraswati (2013: 19), bahwa pada warna kulit putih bagian dari tanda hirarki warna/*colorism* sebagai dampak penyoknya kolonialisme. Ditekankan oleh Hall (dalam Hunter, 2007: 3) bahwa hal ini hasil dari sejarah warisan perbudakan/kolonialisme di seluruh dunia dan membentuk cita-cita estetika putih atau standar kecantikan sebagai “Sindrom pemutihan” di Asia yang disebut *colorism* yang berakar kuat dalam asumsi supremasi warna kulit cerah yang mirip dengan tren renaissans di Eropa.

Dampak dari kolonialisme ini tidak hanya dilakukan untuk mengeksploitasi sumber daya alam dan tenaga. Akan tetapi juga mengeksploirasi keadaan emosi atau psikologi para rakyat yang wilayahnya terjajah dengan merendharkannya melalui penggolongan berdasarkan bentuk fisik, salah satunya pada warna kulit. Penandaan warna kulit di masa kolonial ini tidak hanya sebagai penandaan diri pada

kekuasaan, yang berhak sebagai golongan penguasa, akan tetapi juga penggolongan budak. Salah satunya tes kantong kertas dan daun pintu yang dikenal sebagai penyeleksi budak berdasarkan warna kulitnya, akan tetapi juga penyeleksi pekerja yang dianggap sopan, rasional dan indah serta kemudahan dalam memperoleh pekerjaan, gaji, pertemanan, pernikahan yang menjadi bentuk keterpesonaan¹⁶ (Berry, 2007: 3; Jablonski, 2012: 149; Story, 2015:176).

Pengelompokan manusia sebelumnya telah digunakan oleh antropologi sejak lama. Salah satunya pada antropologi biologi (fisik) yang terkadang menggunakan istilah populasi untuk merujuk secara spesifik pada kelompok manusia berdasarkan dan didefinisikan secara ilmiah. Akan tetapi pengelompokan ras itu jelas tidak mudah, tidak jelas, tidak stabil dalam lintas waktu ruang sosial dan geografis (Spears, 2021: 12). Maka hal inilah yang tidak dibenarkan oleh kebanyakan ahli sosil, terutama dalam oleh para antropologi bahwa pengklasifikasian manusia berdasarkan warna patutnya tidak dibenarkan, walaupun awalnya mempermudah akan pengetahuan keragaman keberadaan budaya manusia, yang dipelajari dalam relativitas budaya.

Seperti yang dinyatakan oleh Boas dan BuBios dengan gamblang menyatakan bahwa penguraian fungsi dari pengelompokan ras, didalamnya juga ada *colorism* telah menjadi sarana untuk memecah belah dan menaklukan kerja (Spears, 2020: 5). Kemudian oleh Jablonksi (sendiri walaupun tidak secara gamblang juga mengungkapkan tidak membenarkan adanya hal itu, akan tetapi ia mengulaskan untuk menginformasikan pengertian terhadap warna kulit dengan berbagai macam maknanya yang mempengaruhi kehidupan manusia sebagai

¹⁶ Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata keterpesonaan adalah ketabjukan atau arti lainnya keajaiban (Moch, 2023)

pengetahuan umum. Agar semua orang menyadari akan pengaruh warna yang merugikan kehidupan manusia saat ini.

Terutama pada saat ini, dengan teknologi dan globalisasi, *colorism* berubah bentuk kearah standar kecantikan yang dipakai oleh pihak industri. Dalam hal ini tidak hanya melanjutkan akan tetapi melanggengkan *colorism* yang terbalut dalam gambaran yang efisien yang dibutuhkan oleh masyarakat modern seperti standar kecantikan ideal bagi perempuan yang dinyatakan oleh banyak media. Seperti yang diungkapkan oleh Wardhani, Kergis & Dugis (2018: 5) bahwa *colorism* telah menjadi isu global terutama dengan munculnya globalisasi dan kemajuan teknologi yang memfasilitasi pewarnaan pada mengekpor budaya, produk dan imperialisme Barat yang menjadikan kulit cerah lebih disukai dalam indikator standar kecantikan pasar global. Terutama media lah yang memiliki gagasan bahwa lebih terang lebih baik dan gelap tidak bagus (Brown, 2019: 2). Menurut Hall R (dalam Craddock, Dlavo & Diedrichs, 2018: 2) *colorism* sendiri meresap dalam budaya populer melalui budaya selebritas, musik dan media dimana kulit terang didukung dan kulit gelap dihapus atau di fitnah. Maka, dapat dikatakan bahwa *colorism* yang pada awal mulanya berasal dari kolonialisasi dan pada saat ini dilanjutkan dengan adanya standar kecantikan yang dibuat industri.

Pada saat ini, bias warna kulit yang mendiskriminasi penampilan juga mempengaruhi perempuan pada kesempatan di sektor sumber daya. Berry (2010: 3) menyetujui hal serupa bahwa penampilan seperti tinggi, tekstur rambut, dan juga warna dengan, bersamaan dengan definisi kecantikan telah mempengaruhi kekuatan sosial tentang apa yang dapat dimiliki atau tidak dimiliki. Pada beberapa Ahli seperti Hunter (2007: 11-12) menyebutkannya sebagai modal sosial atau oleh Keyes, Small & Nikolova (2020: 2) & Herrero (2021: 19) bentuk modal tubuh, yang

digunakan untuk mendapatkan akses pada status, pekerjaan, jejaring sosial serta pasangan. Akan tetapi pada warna kulit hitam cenderung mengalami kerugian paling banyak atas asosiasi kulit terang sebagai standar kecantikan (Bahraini, 2019: 21).

Hal ini pada praktiknya bisa terjadi secara alami dan tanpa disadari secara nyata oleh masyarakat terutama pada perempuan yang lebih banyak menjadi korban. Hunter (2007: 6) juga menyadari hal tersebut dalam pernyataannya yaitu sulit untuk membayangkan bagaimana *colorism* bekerja dalam kehidupan sehari-hari walaupun dasarnya seperti rasisme terdiri dari tindakan terang-terang namun juga terselubung dan tindakan dikriminasi langsung ataupun melalui isyarat halus ketidaksukaan. Bisa dikatakan berbentuk pembulian verbal berupa pengejekan yang tanpa disadari membuat pengejekan dapat menyakiti seseorang. Dimana pengejekan sendiri menurut KBBI berasal dari nomina ejek bermakna perbuatan mengejek, olok-olokan dan sindiran, secara fakta sosial ejekan merupakan ungkapan yang sangat menyakitkan dalam hubungan sosial. Dikarenakan ejekan tersebut selalu bernada negatif yang dapat menyakitkan suatu kelompok ataupun pada individu tertentu¹⁷.

Maka, dari hal inipun *colorism* oleh Hunter (2007: 15) menyebutkannya sebagai fenomena rasisme buta warna. Terutama banyak terjadi dan mempengaruhi para perempuan di negara-negara berkembang dan dunia ketiga yang notabene adalah negara-negara orang berwarna (*people of colors*) atau yang tergabung dalam BIPOC¹⁸. Brown & Lemi (dalam Herrero: 2021: 7-8), mengatakan hal sama bahwa

¹⁷ Dikutip dari Artikel <https://kantorbahasamaluku.kemdikbud.go.id/> : Ejekan (stereotip) mendongrak popularitas (Bagian 1). Dilihat 18 Februari 2024, pukul 12. 30

¹⁸ BIPOC merupakan singkatan dari *Black, indigenous, people of color*, istilah itu digunakan untuk mencakup kelompok yang tidak berkulit putih dan akibat sering dirugikan oleh supermasi kulit putih. dan merupakan kampanye untuk melawan sikap opresif dan diskriminatif rasial dari

banyak wanita BIPOC, melihat warna adalah bagian dari kehidupan sehari-hari dan warna kulit putih adalah ciri khas kecantikan untuk mengomunikasikan status yang lebih tinggi.

Perkembangannya tidak hanya terjadi pada perempuan dewasa, namun telah ada sejak dini pada masa anak-anak. Menurut Berry (2007: 37) & Jablonsk (2012: 93-98) bahwa anak-anak telah mempelajari referensi kecantikan melalui akulturasi dari orang tua dengan memaksakan selera tertentu, kemudian estetika diperbaiki oleh teman sebaya dan akhirnya menyelaraskan dengan budaya populer. Misalnya, orang tua seringkali memberitahukan mereka untuk menghindari sinar matahari dan sering dibandingkan dengan rekan/teman mereka yang berkulit gelap (Herrero, 2021: 3). Kemudian pada budaya populer dapat dilihat dari penggambaran kartun, lukisan atau patung (seperti Boneka Barbie) dari individu yang menunjukkan karakteristik suatu kelompok ras (Jablonski, 2012: 98).

Hal ini memiliki dampak yang cukup penting pada usianya terutama pada remaja dapat dikatakan telah menyadari keberadaan penampilan diri. Hal ini dikarenakan masa transisi anak-anak menuju dewasa yaitu pada masa remaja menjadi masa yang banyak sekali mempertanyakan banyak hal, terutama pada dirinya sendiri. Hal ini juga disampaikan oleh Adams (dalam Craddock Dlavo & Diedrichs, 2018: 1) bahwa masa remaja adalah periode kritis perkembangan

kelompok kulit putih, sehingga, kelompok kulit berwarna dapat mendukung dan melindungi satu sama lain. Siapa saja orang yang termaksud didalam sana yang dikutip dari Healthline, yaitu Black , umumnya menggambarkan seseorang keturunan Afrika atau Karibia, Indigenous, umumnya menggambarkan warga pribumi asli Amerika Utara seperti suku Indian dan penduduk asli Alaska, People of Color, umumnya untuk orang-orang di luar yang berkulit hitam atau pribumi, seperti orang Asia, Latin, ataupun kepulauan Pasifik. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/03/15/183000565/ramai-unggahan-soal-bipoc-apa-itu-?page=all#:~:text=Dilansir%20dari%20WebMD%2C%20BIPOC%20merupakan,mana%20isu%20rasial%20sering%20terjadi>. Dilihat pada 2 November 2023, pukul 16.12

fisiologis & sosioemosional dikarenakan berada pada masa transisi dari kanak-kanak ke dewasa pada usia 12 & 25 tahun yang lebih sering memperhatikan penampilan. Terutama warna kulit bagi remaja dianggap sebagai bagian dari komponen penting dari citra tubuh mereka (Craddock Dlavo & Diedrichs, 2018). Sehingga penilaian terhadap warna kulit atau *colorism* yang terjadi dalam bentuk pengejekkan akan mudah dialami oleh para remaja. Hal ini juga dikatakan oleh Craddock Dlavo & Diedrichs (2018: 1), bahwa remaja sering mengalami *colorism* pada berbagai konteks dalam kehidupan sehari-hari mereka, yang dapat membahayakan fisik, kesejahteraan dan peluang hidup remaja berwarna secara global.

Hal ini juga dialami oleh siswa perempuan di SMA negeri 6 Batanghari dengan adanya kepercayaan bahwa kulit putih bagian dari kecantikan. Beberapa diantara mereka juga mengalami pembulian baik itu secara tidak langsung berupa pengejekkan dan juga tidak diajak dalam pergaulan untuk bermain bersama selama disekolah. Kemudian beberapa mendapatkan pengejekkan berupa hitam, *keling*, ataupun sekedar bertanya kalau mereka memiliki kulit hitam kusam serta memberikan label sebagai ‘orang Papua’ atas warna kulitnya yang hitam. Hal ini lah membuat mereka merasa malu dan tidak percaya diri atas warna kulit mereka. Brown (2019: 2), juga menyatakan *colorism* telah mempengaruhi harga diri seseorang, hubungan pribadi dan standar kecantikan. Melalui perasaan tersebut membuat seseorang terpaksa untuk mewujudkannya dengan melakukan berbagai cara perawatan untuk memutihkan atau dikenal dengan krim pemutih berlabel ‘*Brigthening/ Whitening*’.

Krim pemutih ataupun pencerah sendiri merupakan hasil dari racikan pemutih yang dikenal sebagai “*Old Wives’ tales Recipes for Skin Bleaching*” yang awalnya

menggunakan bahan-bahan berupa soda kue, pemutih, pasta gigi & alkali (Hunter, 2007: 12), dan telah dijumpai sejak zaman Victoria (Black, 2006: 15-16). Kemudian krim pemutih ini terus dikembangkan & mulai dipasarkan ke seluruh dunia oleh pihak industri dengan banyak nama¹⁹ yang sangat laris di negara-negara dunia ketiga dan negara-negara pasca kolonial terutama di Negara Asia salah satunya Indonesia (Mire dalam Hunter, 2007: 12). Dan praktik ini menurut ahli Christopher AD Charles (dalam Eunji, 2028: 41) mencirikan praktik pemutihan kulit sebagai bentuk kebencian terhadap diri sendiri.

Berdasarkan hal tersebut bisa dikatakan bahwa warna kulit telah dimaknai sebagai simbol kecantikan dalam hal ini lebih kepada warna kulit putih.. Simbol dan makna sendiri merupakan salah satu bagian dari konsep kebudayaan. Konsep kebudayaan menurut Geertz (dalam Saifuddin, 2006: 298) adalah seperangkat jaringan makna yang dirajut oleh manusia sebagai pola pedoman kegiatan sehari-hari. Pola jaringan makna ini kemudian akan diwariskan dalam konsepsi-konsepsi yang diekspresikan melalui bentuk-bentuk simbol berupa objek, kejadian, bunyi, tulisan dan bahasa (Geertz dalam Saifuddin, 2006: 307)²⁰ dan juga bisa dalam kecantikan. Melalui sistem makna sebagai perantara membuat sebuah simbol dapat menerjemahkan pengetahuan menjadi nilai atau sebaliknya menerjemahkan nilai menjadi pengetahuan (Geertz dalam Syam, 2009: 92). Pada rangkaian simbol-

¹⁹ Nama-nama krim pemutih yang beredar yaitu pencerah kulit, pemutih kulit, anestesi, krim malam pemudar kulit, dll (Hunter, 2007: 12)

²⁰ Konsep Kebudayaan ini juga diungkapkan oleh Max Weber bahwa manusia adalah seekor binatang yang bergantung pada jaringan-jaringan makna yang ditunuhnya sendiri, dan jaringan-jaringan itu dianggap sebagai kebudayaan (Susanti, 2000: 5). Sejalan dengan itu Heidegger & Gadamer Geertz (1973: 50) juga mengungkapkan bahwa "gagasan kita, nilai-nilai kita, perilaku kita, bahkan produk kebudayaan-kebudayaan yang dibangun, diluar kecenderungan-kecenderungan, kapasitas, & disposisi yang kita miliki ketika kita dilahirkan, melainkan hal ini dibangun & terus dibangun.. (Saifuddin, 2006:301). Simbol adalah objek, kejadian, bunyi bicara, atau bentuk-bentuk tertulis yang diberi makna oleh manusia (Saifuddin, 2006:289)

simbol makna yang teratur manusia dapat memberikan makna atas peristiwa-peristiwa yang dihayati selama hidupnya seperti wahana-wahana material, persepsi, emosi dan pemahaman (Geertz, 2000: 151).

Berdasarkan konsep tersebut, bisa dikatakan bahwa kebudayaan lebih berperan menjadi pedoman dalam menilai segala sesuatu yang terjadi, dialami dan dipahami oleh individu manusia sebagai pelaku kebudayaan (Syam, 2009: 93). Akan tetapi kebudayaan yang dipahami tidak bersifat privat (satu suara), melainkan selalu bersifat multifokal dan dimiliki oleh publik atau masyarakat luas (Geertz, 2000: 15; Saifuddin, 2006: 286). Bisa diartikan bahwa kebudayaan terdiri dari struktur-struktur makna yang ditetapkan secara sosial dan juga terjadi dalam penilaian kecantikan atau standar kecantikan yang ada saat ini. Dalam hal ini juga diartikan sebagai simbol yang mendiskriminasi bagi perempuan yaitu dengan mendapatkan keuntungan seperti simbol pertemanan, pekerjaan, interaksi dan penerimaan, yang juga terjadi oleh tujuh siswa perempuan. Atas hal itu penilaian cantik atau standar kecantikan tersebut sebagai tanda atau simbol untuk menjalin interaksi terhadap temannya ataupun menjalin grup pertemanan dan juga pacar yang di utarakan mereka.

Berlandasan dari penjabaran tersebut tampaknya warna kulit membentuk penilaian warna kulit putih sebagai bentuk fisik atau tubuh yang ideal dalam standar kecantikan. Kemudian membangun bias warna atau *colorism* yang ada sejak masa kolonial dan media atau budaya populer. Sehingga dapat disebarkan sebagai keinginan dan juga sebagai suatu kelemahan yaitu dengan rasa malu terhadap warna kulit yang dipunya dan penilaian yang merendahkan terhadap orang lain berupa pembulian dalam bentuk verbal yaitu pengejekan yang dilakukan. Dalam hal ini membuat seseorang menumbuhkan keinginan untuk memakai produk pemutih

dengan tujuan dapat memiliki kulit putih yang juga terjadi oleh para remaja. Atas hal itulah peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “*Colorism dalam Standar Kecantikan Di Kalangan Remaja Siswa Perempuan SMA Negeri 6 Batanghari Kecamatan Muara Bulian Provinsi Jambi*” khususnya untuk mengetahui pandangan remaja siswa perempuan tentang standar kecantikan pada warna kulit serta upaya-upaya yang mereka lakukan untuk memperoleh penampilan kulit tersebut.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif mencoba melukiskan dan mendeskripsikan mengenai perilaku manusia sebagai individu ataupun kelompok di masyarakat yang memperoleh pengetahuan secara sadar kemudian mereka maknai sehingga membentuk dan mempengaruhi sikap maupun perilaku seorang individu secara mendalam (Cresswell, 2016: 4; Semiawan dalam J.R Raco, 2007: 53).

Penelitian ini telah menggunakan pendekatan studi kasus, karena pada prinsipnya suatu pendekatan ini lebih mengarah pada sebuah kasus yang terdapat pada kehidupan nyata baik itu pada individu, kelompok, lembaga atau organisasi, bukan masyarakat secara luas. Ini dilakukan dalam cangkupan yang dibatasi atas wilayah, tempat, sistem dan waktu. Walaupun begitu pengumpulan data dilakukan dengan cara yang mendalam dan detail menggunakan berbagai sumber Informasi yaitu dokumentasi, observasi langsung, observasi terlibat dan artefak fisik. Maka dari itu penggunaan istilah studi kasus diartikan sebagai informasi yang pada akhirnya biasa dipelajari dari sebuah kasus yang Stake menyebutnya sebagai “*what*

can be learned from single case?” (Denzin & Lincoln, 2009: 299-303; Creswell, 2015: 135-137; Roharjo, 2017: 4).

Kemudian dalam hal ini peneliti melihat setiap kasus pada cangkupan individu yang mengalami dan memaknai pengalaman mereka ini sebagai pengetahuan dalam membangun dunianya. Maka pemaknaan atas pengalaman tersebut akan membentuk sikap dan perilaku individu dengan sangat deskriptif. Desain deskriptif dimaksudkan untuk melukiskan secara sistematis fakta dan secara spesifik dari fenomena kulit putih sebagai standar kecantikan yang dominan pada individu di kelompok sosial pada remaja yang membuatnya diperlakukan diskriminasi yaitu pembulian secara verbal berupa pengejekan dan pengucilan karna warna kulitnya tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada dalam kelompok. Hal ini yang merupakan fenomena *colorism*, *colorism* adalah kejadian yang konkret ada didalam lingkungan social terutama dalam konteks standar kecantikan yang terjadi pada saat ini, patut untuk diulas dan dipelajari lebih lanjut. Setiap pandangan dari perilaku mereka sebagai keterwakilan dan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman seseorang dan bahan interpretasi dari pengalaman tersebut sebagai alasan lain peneliti memilih penelitian kualitatif ini.

Maka hal ini lah yang membuat pendekatan studi kasus dikatakan sangat cocok digunakan pada penelitian ini yang juga berfokus pada kasus bias warna kulit atau *colorism* yang membuat seseorang diperlakukan diskriminasi berupa pengejekan dan pengucilan yang dialami oleh individu yang mempengaruhi pandangan atas gambaran standar kecantikan kulit terutama kulit putih oleh remaja siswa perempuan SMA negeri 6 Batanghari sebagai individu. Pada perlakuan bias warna atau *colorism* terutama pada kulit gelap atau hitam inilah yang membentuk sikap dan perilaku yaitu penggunaan berbagai macam produk kecantikan atau *skincare* yang berlabel memutihkan atau mencerahkan kulit. Hasil dari studi kasus

ini akan menekankan kepada pemaknaan dan pemahaman mendalam terhadap peristiwa atau kasus unik/aktual yang terjadi dibandingkan dengan generalisasi (Denzin & Lincoln, 2009: 303; Creswell, 2015: 137; Roharjo, 2017: 4)

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada SMA Negeri 6 Batanghari yang terletak dengan alamat di Jalan Keramat Tinggi No, 60, Kel Pasar Baru, Kec. Muara Bulian, Kab. Batanghari, Prov. Jambi. Ada tiga alasan yang menjadikan peneliti untuk memilih SMA Negeri 6 Kabupaten Batanghari sebagai lokasi penelitian yaitu. Pertama, lokasi ini dekat dengan domisili peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh akses untuk mengetahui dan melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam pada permasalahan yang terjadi. Kedua, SMA Negeri 6 Batanghari merupakan salah satu sekolah tingkat atas terbaik dan dengan berakreditasi A ditingkat kabupaten yang menjadikan sekolah ini diminati oleh para siswa untuk melanjutkan ke sekolah menengah atas. Seperti yang disampaikan dalam artikel berita CilacapUpdate.com (2023)²¹ bahwa SMA Negeri 6 Batanghari masuk ke 3 SMA terbaik dari laman resmi BNSM Kemendikbud. Ketiga, pada pengamatan awal yang dilakukan peneliti bahwa banyak siswa yang sangat mendambakan kulit putih dan melakukan berbagai macam produk dan perawatan untuk memutihkan ataupun mencerahkan kulit.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang mau dan mampu terlibat tanpa adanya paksaan untuk disertakan dalam penelitian. Pada penelitian ini informan adalah

²¹ Dikutip dari Artikel <https://cilacap.pikiran-rakyat.com>. Mari Lihat 3 SMA Terbaik Batang Hari Jadi Sekolah Tertua di Jambi Rilis Kemdikbud, Cek Detailnya. Dilihat 4 Januari 2023, pukul 12.17

individu yang dapat memberikan informasi terbaik dan diperlukan dalam penelitian tentang permasalahan riset yang sedang dipelajari (Denzin & Lincoln, 2009: 495; Creswell, 2015: 207; 2016: 247).

Dalam pemilihan informan, peneliti melakukan teknik secara *Non probability* dalam bentuk yang sering digunakan yaitu *purpose sampling* dan juga *snowball sampling* (Sugiono, 2013: 201). Penggunaan Teknik *purpose sampling* dilakukan karena peneliti sudah mengetahui lokasi penelitian dan informan yang akan dijadikan sebagai informan yaitu siswa perempuan di SMA Negeri 6 Batanghari. Akan tetapi, peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling* untuk mengetahui siapa saja siswa perempuan yang dapat dijadikan informan yang tepat dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan umum mengenai penelitian.

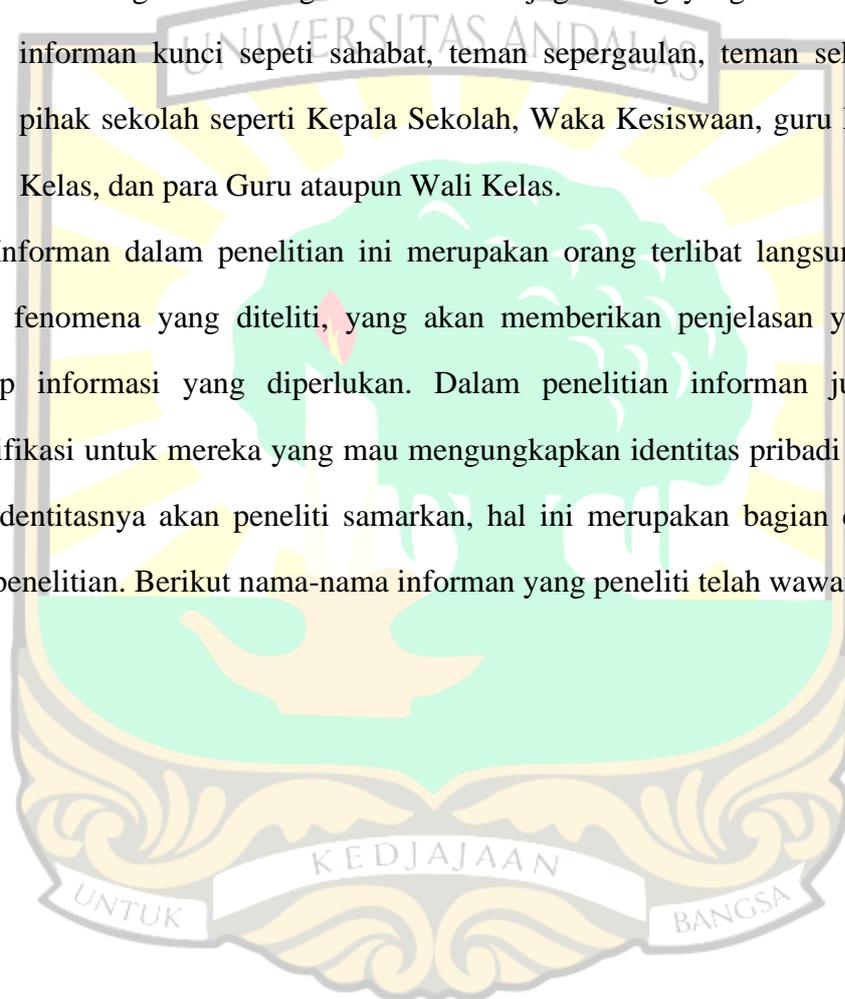
Kemudian, informan kunci (*key informan*) adalah seseorang yang dapat mengalami praktik *colorism* yaitu bukan hanya standar kecantikan yang mereka miliki yaitu penampilan fisik terutama kulit putih, akan tetapi standar kecantikan itu juga dipengaruhi atas praktik *colorism* yang melalui pembulian secara verbal penjelekan dan pengucilan yang dialami oleh informan. Atas peristiwa itu juga yang mempengaruhi informan untuk menggunakan produk kecantikan atau *skincare* untuk memutihkan/ mencerahkan kulit. Adapun informan lainnya yang dijadikan sebagai sumber data penelitian ini antara lain:

1. Informan Kunci (*key informan*) yaitu remaja Siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari adalah para siswa perempuan yang mengalami perlakuan bias warna kulit/ *colorism* terutama kulit gelap atau hitam yaitu penjelekan dan pengucilan. Sehingga mereka juga melakukan berbagai macam berbagai produk kecantikan yang memutihkan atau mencerahkan

kulit dengan tujuan untuk mendapatkan kulit putih dengan segala cara. Akan tetapi ada batasan ekonomi untuk mencapai pada tujuan tersebut.

2. Informan biasa dalam penelitian ini adalah informan yang digunakan untuk melengkapi dan memperkaya data dari informan kunci, yaitu informan yang juga pernah mengalami tindakan diskriminasi tetapi tidak dialami di SMA negeri 6 Batanghari. Selain itu juga orang yang terdekat dengan informan kunci seperti sahabat, teman sepergaulan, teman sekelas dan pihak sekolah seperti Kepala Sekolah, Waka Kesiswaan, guru BK, Wali Kelas, dan para Guru ataupun Wali Kelas.

Informan dalam penelitian ini merupakan orang terlibat langsung terkait dengan fenomena yang diteliti, yang akan memberikan penjelasan yang jelas terhadap informasi yang diperlukan. Dalam penelitian informan juga akan diidentifikasi untuk mereka yang mau mengungkapkan identitas pribadi dan yang tidak, identitasnya akan peneliti samarkan, hal ini merupakan bagian dari etika dalam penelitian. Berikut nama-nama informan yang peneliti telah wawancarai.



Tabel 1.

Informan Penelitian

No	Nama/Inisial	Usia	Status	Latar Belakang	Upaya Penggunaan <i>Skincare</i>
Informan Kunci					
1	EV	17 Tahun	Korban Diskriminasi & Tidak mengadukan ke pihak sekolah ataupun orang tua	Keluarga Petani Karet (Milik Sendiri)	Collagen yang mengandung Merkuri
2	LI	17 tahun	Korban Diskriminasi & Tidak mengadukan ke pihak sekolah ataupun orang tua	Keluraga Sopir Batu Bara	Origine paket <i>Brigthening</i>
3	DE	16 Tahun	Korban Diskriminasi & Meminta bantuan ke Wali Kelas	Keluarga Petani Karet	<i>ZettaSkin Brigthening</i>
4	MW	17 Tahun	Korban Diskriminasi & Tidak mengadukan ke pihak sekolah ataupun orang tua	Keluarga Petani Karet (karyawan PT perkebunan Karet)	Skintifik, Viva, Acnes Dan Herborist <i>Brigthening</i>
5	NI	17 Tahun	Korban Diskriminasi & Tidak mengadukan ke pihak sekolah ataupun orang tua	Keluarga Petani Sawit (Milik Sendiri)	<i>MS Glow Whithening</i>
6	MR	17 Tahun	Korban Diskriminasi & Meminta bantuan ke Guru lain	Keluarga Buruh	Collagen Serum (Merkuri) & Sabun Scarlatte
7	SI	16 Tahun	Korban Diskriminasi & Meminta bantuan ke Wali Kelas	Keluarga Petani Sawit dan Karet (Milik sendiri)	Bebagai Macam <i>Skincare Brigthening</i>
9	LL	17 Tahun	Menyadari akan standar kecantikan warna kulit dan pengejekan yang ada	Keluarga Petani Karet (Milik Sendiri)	<i>Kymiskin Brigthening</i>
10	RS	17 Tahun		Keluarga Petani Karet (Milik Sendiri)	<i>Wardah Brigthening</i>

11	EY	16 Tahun		Keluarga PNS (Guru)	Origine paket <i>Brighthening</i>
Informan Biasa					
1	DA	16 Tahun	Siswa perempuan yang pernah mengalami <i>colorism</i> berupa diskriminasi waktu SD & SMP		
2	SO	17 Tahun			
3	NV	17 Tahun	Siswa perempuan yang mengatakan standar kecantikan itu relatif, akan tetapi mengakui kalau kulit putih sebagai bagain dari standar kecantikan perempuan		
4	CC	17 Tahun			
5	AG	16 Tahun			
6	Siswa Laki-Laki XI sebanyak 5 orang	17 Tahun	Teman Sekelas Siswa Laki-Laki		
7	Siswa Laki-Laki X sebanyak 7 orang	16 Tahun			
8	Pak FK	49 Tahun	Kepala Sekolah	Pihak Sekolah	
9	Bu AL	49 Tahun	Waka Kesiswaan		
10	Bu ES	50 Tahun	Guru BK		
11	Pak AZ	27 Tahun	Guru mengampun mata pelajaran dan seligus wali kelas X & XI		
12	Bu DA	27 Tahun			

(Sumber: Data Primer 2023)

4. Teknik Pengumpulan data

Pada penelitian kualitatif untuk memperoleh dan mengumpulkan data, diperlukan prosedur pengumpulan data. Pendeskripsian penuturan kata dan kalimat yang diperoleh dari informan menjadi data yang penting dalam hasil penelitian kualitatif, maka ada beberapa metode yang perlu dilakukan seperti observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), wawancara kelompok (*focus grup interview*), dan dokumen dalam representasi visual (foto, film, video, dokumentasi) sebagai sumber data primer. Dan data sekunder diperoleh dari literatur terdahulu (dokumen, buku, artikel, majalah, koran, laporan prosa, dan sastra dan visual (film, video pendek, berita TV, chanel Youtube, dan media sosial lainnya).

a. Studi Pustaka

Berbagai macam istilah yang digunakan untuk merujuk sumber data dalam studi selain wawancara dan observasi dengan tujuan mendapatkan data yang semakin akurat. Penelitian melakukan studi pustaka baik dari buku dalam arsip yang ditemukan di gedung perpustakaan universitas, maupun jurnal yang didapatkan secara online. Selain itu, studi pustaka ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data populer dan paling terbaru yang sangat diperlukan dalam penelitian. Dokumen sebagai istilah umum yang merujuk pada sumber tertulis, visual, digital dan fisik yang relevan. Bogdan & Biklen (dalam Merriam, 2009: 140) menyebutkan dokumen budaya populer yaitu berupa video, film, foto, puisi, serta prosa bahkan catatan publik dan dokumentasi pribadi lainnya yang dapat digunakan sebagai penunjang dalam memperkaya hasil penelitian.

b. Observasi

Teknik observasi atau yang disebut juga pengamatan yang dilakukan selama dilapangan, dengan memperhatikan aktivitas alami selama berada disekolah dan

ungkapan kecantikan yang disebutkan oleh para siswa terutama siswa perempuan. Kemudian melihat durasi dalam penggunaan *smartphone/handpone* dan akun media sosial yang dilihat dan diikuti oleh informan terutama berkaitan dengan kecantikan. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa bergantungnya para remaja siswa perempuan atas keberadaan gadget. Kemudian dapat mengetahui pengetahuan atau informasi apa saja yang ditonton terutama mengenai pengetahuan mengenai standar kecantikan. Durasi dalam penggunaan *gadget* dalam keseharian inilah yang mendukung pandangan tentang kecantikan penampilan fisik terutama pada warna kulit. Selain itu, observasi dilakukan untuk melakukan verifikasi data yang muncul, yang akan berhubungan dengan wawancara dan analisis dokumen untuk pembuktian temuan. Observasi yang dilakukan untuk memberikan beberapa pengetahuan mengenai konteks yang dapat digunakan dengan mengamati padangan dan sikap sehari-hari sebagai titik referensi bagi peneliti.

c. Wawancara

Wawancara merupakan seperangkat metode penelitian sebagai bentuk keterlibatan informan dalam perbincangan, atau seni dalam bertanya dan menjawab. Wawancara yang paling umum dilakukan dengan bertatap muka (*face to face*) atau juga kelompok (*focus group interview*). Wawancara dalam penelitian kualitatif terutama dalam studi kasus sangat diandalkan sebagai data utama, maka dari itu sifat studi kasus dikatakan bersifat eksploratif. Dalam hal ini wawancara diperlukan untuk memahami dan memperoleh gambaran yang utuh pada perilaku, perasaan sebagai sebuah informan yang tidak dapat dilihat dari pengamatan saja dalam memaknai keadaan yang ada disekitar mereka.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik wawancara semi terstruktur, yang memungkinkan peneliti dapat menemukan

permasalahan, ide, pendapat secara lebih terbuka. Maka susunan pertanyaan telah dibuat secara terbuka atau fleksibel, dan tidak terstruktur untuk wawancara. Sehingga pernyataan pandangan, pandangan ataupun informasi telah didapatkan secara lebih luas dan mendetail, diluar daftar pertanyaan dalam wawancara yang memperkaya data dengan pertanyaan tersebut, dan masih dipandu dengan daftar pertanyaan untuk mengeskplotasi dan mendeskripsikan masalah.

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan Teknik wawancara dalam memperoleh informasi mengenai praktik *colorsim* yaitu pembulian secara verbal berupa pengejekan dan pengasingan yang dialami oleh informan yang mempengaruhi pandangan kecantikan pada penampilan fisik atau tubuh terutama warna kulit yang berdampak pada penilaian mereka terhadap penampilan dirinya sendiri dan orang lain. Dalam hal ini mempengaruhi keputusan dan keinginan mereka untuk memiliki kulit putih dengan memilih produk kecantikan terutama produk memutihkan kulit. Selain itu, adanya faktor luar yang membentuk terutama pada media yang mempengaruhi pandangan penampilan fisik terutama warna kulit yang dianggap cantik yang merupakan bagian dari fenomena *colorism* pada kecantikan yang sering tidak disadari oleh banyak orang.

d. Wawancara Kelompok

Selain teknik wawancara biasa, peneliti juga telah menggunakan wawancara kelompok atau focus group interview dalam penelitian ini. Walaupun dapat dikatakan bahwa teknik wawancara kelompok merupakan Teknik yang cukup baru terutama dipenelitian sosial, akan tetapi teknik ini diperlukan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data informan yang tidak dapat dicapai pada wawancara biasa. Biasanya banyak digunakan oleh riset pemasan, partai politik, maupun dibidang sosiologi. Akan tetapi, menurut Frey & Fontana (dalam Denzin & Lincoln,

2019: 505-506) penggunaan wawancara kelompok juga dilakukan oleh para antropologis seperti Malinowski meskipun tidak dilaporkan secara resmi.

Teknik wawancara kelompok atau *focus grup interview* (wawancara berbasis grup) patut dipertimbangkan karna bagi Blumer (Denzin & Lincoln, 2019: 196) data menemukan partisipan penelitian yang hangat dan mampu memberi informasi secara baik. Bersifat eksploratif dalam mengumpulkan beberapa individu bersama untuk menguji teknik-teknik metodologi, menguji rumusan dan problem akademis yang sedang dikaji atau mengidentifikasi informan kunci selama proses berlangsung (Denzin & Lincoln, 2019: 506).

Maka dengan alasan dan pertimbangan inilah peneliti juga menggunakan teknik wawancara kelompok ini untuk mempermudah jalannya penelitian dalam proses pengumpulan data. Tujuan peneliti menggunakannya juga mengidentifikasi informan atau partisipan penelitian sebelumnya dikatakan oleh Denzin dan Lincoln untuk mendapatka partisipan dan informan yang hangat dan mampu memberi informasi secara baik pada penelitian ini. Terlebih penting juga untuk dapat memilih informan kunci yang sebelumnya dikatakan cukup sulit bagi peneliti untuk mengidentifikasinya. Hal ini dikarenakan adanya rasa keengganan, rasa takut, dan penolakan oleh para calon informan yang peneliti terima. Serta dikatakan Denzin (dalam Denzin & Lincoln, 2009: 506) teknik ini bisa digunakan sebagai rancangan “trianggulasi” untuk mencapai tujuan penelitian.

e. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang digunakan dalam penelitian untuk pengambilan data selama di lapangan. Ini juga dilakukan selama wawancara dan observasi bersama informan. Alat yang digunakan berupa alat perekam suara, video, foto dan catatan lapangan. Alat perekam suara digunakan selama proses

wawancara agar dapat meninjau kembali bila terjadi pencatatan masih ada yang kurang dan sulit dipahami. Dokumentasi berupa bentuk video dan foto digunakan selama berada di lapangan untuk merekam gambaran lingkungan fisik, peristiwa, aktivitas, dan reaksi peneliti serta sang informan bila mendapatkan persetujuan. Sehingga analisis data, pada informasi yang diperoleh, dihadirkan kembali fenomena yang ada selama dilapangan. Sehingga pada penulisan yang dilakukan dengan mudah dan lebih teliti.

5. Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dimulai dengan pengumpulan dan mengorganisasikan data berupa transkrip wawancara, catatan observasi dan representasi visual (video, foto, dan film). Kemudian data direduksi menjadi tema-tema umum yang luas melalui proses pengandaan, peringkasan yang digunakan sebagai dasar dalam pemaknaan. Dalam hal ini peneliti menjelaskan variasi dari setiap kategori kode, mengidentifikasi hubungan antar kategori kode. Setelah itu mengidentifikasi penyajian data (display data) sebagai bentuk informasi yang padat dan terstruktur yang dapat digunakan dalam pengambilan kesimpulan. Terakhir mengujinya dengan penjelasan lebih lanjut dan menjelaskan serta menafsirkan. Kemudian peneliti menulis ringkasan analisis yang berupa deskriptif seputar praktik *colorism* yang mempengaruhi tafsiran kecantikan pada penampilan fisik terutama pada warna kulit pada dirinya sendiri yang mempengaruhi dalam penggunaan produk kecantikan atau *skincare* untuk memutihkan kulit pada remaja siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari.

Penarikan kesimpulan data atau verifikasi data sebagai tahap akhir yang dilakukan dalam penelitian. Verifikasi data dalam penelitian kualitatif dilakukan peneliti secara terus menerus selama di lapangan. Hal ini terjadi dalam mencari arti

pada benda-benda pencatatan pola-pola, alur, teori dan konfigurasi. Kesimpulan yang awalnya belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih terperinci dan kokoh (Denzin & Lincoln, 2009: 495; Creswell, 2015: 207 & 2016: 247: 260). Sehingga data yang telah terkumpul dan dianalisis pada tahap akhir disajikan dalam bentuk laporan penelitian berupa pembahasan, gambar, bagan dan tabel untuk menjawab pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah penelitian.

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian yang peneliti dilakukan adalah di SMA Negeri 6 Batanghari yang letaknya berdekatan dengan keberadaan pemakaman pahlawan Orang Kayo Hitam kelurahan Pasar Baru kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi. Beberapa tahapan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yang dimulai dengan penulisan proposal, seminar proposal, turun ke lapangan untuk mendapatkan data-data penelitian sehingga dapat menyelesaikan tujuan penelitian hingga tahap akhir pada penulisan skripsi.

Pada proses penelitian ini diawali dengan penyusunan proposal penelitian yang di mulai dari bulan Agustus 2021, dengan menemukan tema atau topik penelitian yang didiskusikan oleh pembimbing dalam penulisan proposal penelitian. Pada hasil beberapa kali diskusi dengan pembimbing, maka ditetapkanlah judul penelitian ini adalah *colorism* dalam standar kecantikan remaja (studi kasus siswa perempuan SMA Negeri 6 Batanghari Kecamatan Muara Bulian Provinsi Jambi).

Selanjutnya, peneliti melakukan ujian seminar proposal pada hari Rabu, 1 Maret 2023. Setelah dinyatakan lulus dalam ujian proposal peneliti kemudian melakukan perbaikan sesuai dengan apa yang telah di saran dan masukan yang diberikan pada saat ujian. Selanjutnya, peneliti juga mengurus segala surat izin yang

berkaitan dengan penelitian. Surat izin ini merupakan surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Universitas Andalas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Surat tersebut digunakan untuk keperluan dalam kemudahan peneliti untuk masuk ke lokasi penelitian.

Sebelumnya peneliti telah melakukan pengamatan awal pada bulan Mei 2022 ke lokasi penelitian. Ini ditujukan untuk menentukan lokasi penelitian yang berdasarkan fokus penelitian yang akan diangkat yaitu yang awalnya pemakaian pemutih kulit yang marak oleh para remaja perempuan yang berkaitan dengan pandangan kecantikan atas warna kulit. Pada akhirnya, menjadi praktik memutihkan kulit yang diakibatkan adanya praktik diskriminasi warna kulit yang terjadi di SMA. Salah satunya pada SMA Negeri 6 Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan langsung ke lokasi penelitian oleh peneliti, didapati para siswa perempuan mengakui atas standar kecantikan fisik yang ada, terutama pada warna kulit. Kemudian banyak ditemukan penggunaan *skincare* yang ditujukan untuk memutihkan/mencerahkan dalam label *Whitening* atau *Brightening*, seperti Temulawak, Fair and Lobely, Citra Body Lation dan rangkaian Ms Glow *Whitening Series*. Akhirnya tindakan tersebut terjadi atas dampak perlakuan diskriminasi yang dialami oleh siswa perempuan selama di sekolah.

Pada pelaksanaan pengamatan awal yang dilakukan belum adanya surat izin, walaupun sudah adanya pemberitahuan langsung kepara para pihak sekolah. Maka, surat izin diberikan pada pelaksanaan penelitian di lapangan setelah seminar proposal. Peneliti mulai memasuki lapangan pada tanggal 29 Maret 2023 yang

hanya berlangsung selama dua hari dari tanggal 29-30 Maret 2023. Hal ini dikarenakan kegiatan sekolah dihentikan dalam memasuki hari cuti bersama di hari Raya Idul Fitri. Selama dua hari tersebut peneliti hanya bisa melakukan kunjungan resmi dan surat izin dengan para staf dan ke kepala sekolah serta meminta beberapa data dan dokumentasi sekolah.

Kemudian kegiatan belajar mengajar kembali dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 2 Mei 2023. Selama di lapangan peneliti secara intensif melakukan proses penelitian selama di lapangan yang dimulai dari hari Selasa 2 Mei hingga 13 Juni 2023. Pada 2 Minggu pertama di bulan Mei yaitu 2-12 Mei 2023, peneliti melakukan pada seluruh siswa ke kelas-kelas yang sebelumnya disertai mengikuti pembelajaran para siswa yang sebelumnya telah meminta izin kepada guru mata pelajaran. Pada kesempatan ini peneliti sebelumnya diperkenalkan oleh guru dan melakukan observasi pada aktivitas siswa dikelas selama pembelajaran. Kemudian, peneliti diberikan waktu 1 jam sesi terakhir pada pembelajaran tersebut oleh guru tersebut untuk melakukan wawancara kelompok diskusi kepada para siswa perempuan.

Wawancara kelompok diskusi yang dilaksanakan dengan mengajukan beberapa pertanyaan awal yang berkaitan tentang aktifitas siswa selama disekolah dan gaya hidup terutama berkaitan dengan penampilan. Pertanyaan ini akan mengarah pada pandangan kecantikan dan ketidakpercayaan diri atas pengejakan pada penampilan yang mereka alami. Pada wawancara kelompok diskusi yang dilakukan di kelas XI IPS 3, XI IPS 2 dan XI IPS 1 terdapatnya kendala atas pemahaman & kenyamanan atas pertanyaan yang membuat respon para siswa perempuan menjadi kurang komunikatif.

Maka dari itu, peneliti berusaha mencari cara dan bertanya kepada beberapa guru tentang cara mereka mengajar dan juga melihatnya secara langsung saat observasi di kelas. Kemudian ditemukan juga bahwa para guru melakukan pengajaran selain menerangkan, mereka juga melakukan berbagai games untuk mengemas materi yang akan di ajarkan agar para siswa tertarik dan dapat dipahami dengan mudah. Sebab dari itu maka peneliti juga melakukan games yang menjadi cara untuk memberikan pemahaman atas pertanyaan yang akan peneliti ajukan. Peneliti dalam hal ini menggunakan beberapa foto gambaran para perempuan Indonesia dan seluruh dunia dengan beberapa bentuk postur atau tubuh yang berbeda-beda terutama pada warna kulit yang menjadi fokus penelitian ini.

Dalam hal ini peneliti juga menemukan cara yang dilakukan oleh R Rhodes (Schensul, 2010: 34) dan timnya yang ingin mengetahui varietas kentang oleh petani lokal, yang sebelumnya mereka lakukan dengan cara kuesioner. Akan tetapi saat menjalankannya, ia menemukan penggunaan kuesioner tersebut tidak terlalu efektif karena membuat para petani merasa teintimidasi dan menjadi tidak menarik atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Maka dengan Teknik wawancara kelompok yang dilakukan dengan menggunakan beberapa contoh sampel jenis kentang yang mereka ditemukan di pasar sebagai sarana untuk menanyakan jenis kentang berdasarkan pengetahuan petani lokal.

Kemudian, pada penelitian Nancy Etkoff dalam bukunya *Survival of the prettiest: the science of beauty* (2008: 58) juga menggunakan metode foto ini untuk melihat penilaian para guru dalam menentukan nilai raport para siswa sekolah di Missouri²². Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para guru lebih

²² Dikutip dari Artike <http://www.id.m.wikipedia.org/wiki/Missoure> : Missouri adalah negara bagian di Amerika Serikat Barat Tengah. Dilihat pada 16 Juli 2023 pukul 17.23.

mengharapkan anak-anak yang berpenampilan menarik dengan anggap cerdas dan mudah bergaul, terlepas dari informasi tentang perilaku dan kinerja dalam proses pendidikan. Berikutnya ada penelitian yang dilakukan oleh Harrison & Thomas (dalam Bahraini, 2019: 19) juga penggunaan metode foto ini dalam menguji pengaruh warna terhadap penilaian untuk pelamar dalam resume yang disertakan dengan foto peserta pelamar. Hasilnya menunjukkan bahwa foto para peserta pelamar kerja yang berkulit gelap mendapatkan penilaian yang jauh lebih kecil yang kemungkinan dapat diterima dalam pekerjaan dibandingkan pada foto peserta yang berkulit terang atau putih mendapatkan nilai jauh lebih besar.

Maka dari itu peneliti mencoba menggunakan metode yang sama untuk memberikan keterangan atas kecantikan yang ada pada para siswa, yang kemudian akan dilanjutkan pada sesi pertanyaan penelitian. Akan tetapi sebelumnya penggunaan metode foto ini peneliti rencanakan untuk dijadikan sebagai pembahasan dalam penelitian. Di temukan beberapa ketidaksesuaian terhadap penggunaan dimana foto yang peneliti pilih hanya berdasarkan apa yang ingin peneliti pakai tidak berdasarkan apa yang ada pada diri peserta dan juga yang terdapat pada survei atau artikel yang ada. Maka dari itu peneliti merasa ada bias atas pemilihan foto, membuat peneliti pada akhirnya hanya menggunakannya sebagai pembuka dan penjelasan pada penelitian yang dilakukan pada para siswa agar para siswa dapat memahami maksud dan pertanyaan yang akan diajukan. Gambar yang digunakan oleh peneliti pada tabel berikut

Tabel 2.
Sampel Foto yang Digunakan Peneliti untuk Menanyakan Kecantikan yang Ada Pada Siswa Perempuan

Jenis Foto	Foto				
Perempuan Indonesia					
Perempuan Di Dunia					

(Sumber: Data Primer)

Kemudian sesi wawancara kelompok dan pendekatan terhadap para siswa perempuan juga dilakukan melalui Via grup Chat Whatsapp per kelas masing-masing dari tanggal 13-29 Mei 2023 diskusi ini pun berlanjut melalui Via grup Whatsapp perkelas masing-masing dengan *chatting*. Pertemuan-pertemuan diluar diskusi juga peneliti kepada para siswa baik perempuan dan laki-laki saat dikantin dan di ruang UKS. Selain diskusi dengan para siswa peneliti juga menjalin komunikasi dan pertanyaan dengan para guru untuk mengetahui aktifitas dan gambaran siswa terutama para guru yang menjadi wali kelas mereka.

Tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan wawancara per individu yang dilakukan selama dua minggu pada tanggal 29 Mei sampai 6 Juni 2023, dengan via Whatsapp yaitu berupa *voice call* dan *chatting*. Penggunaan via Whatsapp dilakukan karena informan penelitian sedang melakukan ujian kenaikan kelas, maka agar tidak mengganggu pelaksanaan ujian di sekolah maka peneliti memutuskan untuk melakukan wawancara, setelah pulang sekolah di sore atau malam hari dengan

waktu yang telah diizinkan oleh informan yang sekiranya tidak mengganggu mereka belajar dan ujian. Selain pertepatan dengan waktu ujian beberapa informan merasa lebih aman dengan melakukan wawancara di Whatsapp dan takut kalau beberapa temannya tau.

Selama melakukan wawancara, informan cukup komunikatif, dan aktif dalam menjawab pertanyaan, Informan akan di hubungi kembali lewat pesan *chat* via Whatsapp pada saat malam hari. Namun kendala yang terjadi adalah para informan tidak mau melanjutkan atau membalasnya sehingga komunikasi terputus sampai besok karna kesibukan tugas sekolahnya. Maka selama proses pelaksanaan wawancara, peneliti juga berusaha melakukan pengelolaan data dengan pengelompokan dan pengodean dari data yang didapatkan dalam bentuk tulisan. Pengelolaan data tersebut berlangsung, peneliti mengalami beberapa kendala dari kekurangan data dan bagian jawaban yang sulit peneliti pahami. Maka wawancara dilakukan kembali melalui via Whatsapp yang dilaksanakan dari tanggal 10 Juni-18 Juli 2023. Ini dikarenakan peneliti sendiri tidak berada di Kecamatan Muara Bulian. Maka penggunaan wawancara via chat Whatsapp dilakukan, dan terlebih adanya keinginan dari sebagian besar informan memilih menggunakan via chat dari pada *voice call* ataupun *video call* karena merasa lebih nyaman dan fleksibel.

Kemudian peneliti langsung melanjutkan penulisan kepada bab selanjutnya dengan menguraikan data-data yang didapatkan. Pada saat penulisan peneliti melakukan bimbingan kepada dosen pembimbing agar penulisan skripsi dapat berjalan dengan baik dan lancar. Sehingga diharapkan dapat mampu untuk menjadi sebuah skripsi yang akan diajukan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial.