

BAB II

PAHAM TENTANG TUBUH IDEAL DAN FENOMENA BODY SHAMING DI INDONESIA

2.1 Perempuan dan Standar Tubuh Ideal

Standar tubuh ideal dalam masyarakat yang mayoritas dialami perempuan, penampilan fisik yang rupawan, dan feminin tidak lepas dari anggapan banyak orang. Body shaming adalah wujud dari perasaan malu dan rasa bersalah yang muncul ketika penampilan seseorang tidak sesuai dengan standar budaya ideal. Standar tubuh ideal yang diciptakan oleh budaya patriarki terhadap perempuan hampir tidak bisa tercapai sepenuhnya, perempuan yang menginternalisasi dan menghubungkan pencapaian standar itu sebagai identitas, mereka akan merasa malu jika tidak dapat mencapainya. Perempuan pada akhirnya akan berpikir bahwa ketika mencapai standar tubuh ideal, mereka tidak akan mengalami perilaku *body shaming* (Ashadi, 2004:340)

Perempuan yang seringkali dikatakan sudah bebas dan telah mengalami emansipasi, nyatanya saat ini mereka justru terkekang dengan adanya “system kecantikan” yang dibentuk oleh media massa sebagai sarana informasi masyarakat. Banyak perempuan yang mulai membenci dirinya sendiri karena tidak dapat tampil sebagaimana perempuan dalam media yang terkesan sempurna. Kebencian tersebut bukan tidak mungkin mengarah kepada hal-hal negatif seperti diet ketat, eating disorder, dan lain sebagainya hanya untuk memenuhi keinginannya untuk tampil cantik selayaknya tuntutan media massa. Perempuan merasa diri mereka sedang berada di bawah tekanan karena mereka tidak dapat memenuhi kriteria perempuan cantik dan ideal seperti yang ditampilkan oleh media massa (Sri Yuliani & Argyo, 2007:41).

Hal ini terjadi dikarenakan budaya patriarki yang masih langgeng berada dalam masyarakat. Perempuan dan kecantikan adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Kecantikan diidentikkan dengan sifat feminisme

yang pada awalnya berakar kuat dari sistem sosial yang terprogram secara budaya dalam masyarakat. Setiap hari perempuan diyakinkan dengan mitos- mitos kecantikan yang pada akhirnya menjerumuskan kaum perempuan ke dalam jurang pemujaan terhadap kecantikan. Wacana kecantikan dan feminisme perempuan tidak lepas dari budaya patriaki yang memberikan kuasa pada laki-laki untuk memberi pengakuan atas feminitas perempuan, dan perempuan untuk selalu mencari pengakuan feminitasnya pada laki-laki. Penampilan tubuh yang ditampilkan perempuan, diakui ataupun tidak adalah keinginan yang dilihat oleh laki-laki. Atas adanya wacana kecantikan dan tubuh ideal yang terus menerus digaungkan ini, pada akhirnya hanya menguntungkan pihak yang berkepentingan yaitu produk-produk kecantikan.

Tubuh ideal, dalam hal ini penampilan fisik telah menjadi salah satu nilai utama bagi setiap individu, terutama bagi kaum perempuan. Sejak zaman dahulu para perempuan diberbagai negara telah memiliki standar kecantikannya masing-masing. Misalnya, tubuh ramping dengan bahu sempit menjadi standar kecantikan tersendiri bagi para wanita Mesir Kuno. Tubuh seksi dengan bentuk tubuh yang tegap seperti laki-laki dan kulit yang terang bagi wanita Yunani Kuno. Tubuh ramping, berkulit putih, bola mata besar dan kaki yang kecil bagi wanita pada masa Dinasti Han. Wanita yang mempunyai payudara yang besar, kulit putih, bokong besar dan rambut ikal pada masa Italian Renaissance.

Perempuan dalam memenuhi standar tubuh ideal tersebut, pada masa itu mereka bahkan rela melakukan berbagai cara agar menjadi cantik di lingkungan sosialnya. Masa ke masa, istilah tubuh sering dikaitkan dengan perempuan. Shilling (dalam Christiani 2015:56) mengatakan bahwa citra tubuh (body image) merupakan sesuatu yang bias gender sehingga ada ketimpangan di mana citra tubuh ideal lebih ditekankan pada perempuan daripada laki-laki.

Hal ini tidak lepas dari peran media yang masih menganut sitem patriaki, yang mana media massa menciptakan standar kecantikan tertentu dan melabelinya sebagai standar kecantikan ideal yang harus dipatuhi oleh semua perempuan. Representasi yang sepihak terhadap perempuan dalam media massa memaksa perempuan untuk tunduk kepada standar kecantikan ideal yang telah diciptakan oleh lingkungan partriarki jika ingin mendapatkan representasi yang lebih positif. Akibatnya, perempuan tidak mampu mewujudkan pemberdayaan terhadap diri mereka sendiri karena mereka ditempatkan pada posisi dimana mereka membutuhkan validasi laki-laki untuk mengesahkan keberadaannya. (Aprilita & Listyani, 2016).

2.2 Media Massa dalam Mengeksploitasi Ketidakpercayaan Perempuan

Pada hakekatnya perempuan sangat memperhatikan penampilannya, untuk mencapai penampilan fisik yang mereka inginkan, banyak dari perempuan melakukan banyak hal untuk merubah ketidakpercayaan mereka menjadi suatu kebanggaan. Gejala perempuan untuk berubah tersebut pada akhirnya dieksploitasi menjadi sebuah keharusan dan menjadi bisnis yang menggiurkan banyak perusahaan kecantikan. Banyak bermunculan perusahaan yang memanfaatkan ketidakpercayaan perempuan menjadi sebuah kelemahan yang mendatangkan rezeki melimpah. (Kompas, 2019).

Berbicara masalah eksploitasi terhadap perempuan, bukan hanya sebatas eksploitasi fisik baik dalam ranah domestik (kekerasan dalam rumah tangga) atau pun di ranah publik (Eksploitasi dalam bidang ekonomi) tetapi lebih dari pada itu, eksploitasi terhadap perempuan kini merambah dalam segala bidang kehidupan. Rumah tangga dan dunia kerja tidak cukup membuat kelompok lain diuntungkan, maka eksploitasi itu dimainkan dalam arena yang lebih halus dan terkesan eksklusif, eksploitasi kini hadir dalam bentuk wajah baru pada tiap sisi kehidupan bahkan tubuh perempuan, yaitu di media massa.

Media massa saat ini memiliki peran ganda, ibarat dua sisi mata uang yang berbeda, disatu sisi media berfungsi sebagai mediator untuk pencerdasan dan kemajuan bangsa namun disisi lain media juga berperan untuk penindasan demi keuntungan dan mulusnya jalan kapitalisme pasar menuju budaya konsumen yang ingin diwujudkan, dan lagi-lagi perempuan yang menjadi sasaran dengan rekayasa pencitraan yang mereka ciptakan. Perempuan kini menjadi sasaran empuk kapitalisme industri, bukan hanya dalam bentuk dominasi tapi juga eksploitasi, hingga perempuan bukan hanya menerima penindasan itu secara sukarela tapi sampai pada titik dimana mereka kehilangan jati diri. (Lury & Celia, 1998:130).

Hal ini bisa dilihat jelas dari eksploitasi yang ada dalam iklan produk kecantikan, seolah menawarkan solusi kekhawatiran perempuan yang tidak percaya diri atas penampilan fisiknya. Apa yang ditampilkan berada pada satu benang merah, misalnya saja iklan pemutih, terdapat kesimpulan yang akan didapatkan yaitu perempuan akan lebih mempesona dengan kulit putih dan kulit putih tersebut bisa didapatkan dalam waktu 7 hari saja, dengan tujuan dan konsep yang seragam yaitu mendapatkan perhatian lebih dari orang lain dengan kulit putih bersinarnya terutama

perhatian dari laki-laki. Perempuan dieksploitasi rasa takutnya, karena kulit yang tidak putih karena takut kehilangan cinta dan perhatian, dan iklan pun membuat perempuan Indonesia berlomba lomba ingin memiliki kulit putih. Iklan-iklan ini adalah bukti nyata bagaimana pasar yang di perankan oleh iklan sangat jeli menangkap tiap moment yang ada. Mereka menciptakan streotype perempuan yang takut kehilangan cinta, maka kulit putih sebagai penangkalnya dan kosmetik pemutih sebagai solusinya. (Swastika, 2006: 38).

2.3 Body Shaming

2.3.1 Pengertian Body Shaming

Body shaming merupakan sebuah frasa dari gabungan 2 kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu body (tubuh) dan shaming (memalukan) sehingga menghasilkan arti berupa mempermalukan tubuh atau mencela fisik (Cambridge dictionary, 2019). Body shaming banyak diartikan sebagai sebuah istilah yang dikenal sebagai perlakuan atau tindakan yang mempermalukan korban dengan memberi komentar buruk terhadap fisik seseorang baik sengaja maupun tidak disengaja.

Pengertian celaan fisik (*body shaming*) sendiri adalah bullying yang bersifat verbal dimana mengandung kritikan dan komentar negatif perihal fisik orang lain. Dampak dari perilaku celaan fisik (*body shaming*) sangat dipengaruhi oleh bagaimana korban dalam memaknai perilaku tersebut.

2.3.2 Dampak Body Shaming

Standar kecantikan dan fenomena body shaming berpotensi membuat seseorang melakukan self-objectification karena rasa *insecure* yang muncul. Self-objectification adalah keadaan dimana seseorang memandang dirinya sebagai sebuah objek atau menilai diri sendiri berdasarkan penampilan. Kecenderungan untuk melakukan self-objectification ini dapat menimbulkan perasaan malu atas diri sendiri (shame) atau kecemasan (anxiety) terhadap bentuk atau ukuran tubuh. Orang-orang yang tidak dapat menerima perlakuan body shaming akan cenderung merasa ada yang salah dalam dirinya. Mereka merasa tidak kompeten untuk melakukan sesuatu karena rendahnya

kepercayaan terhadap diri sendiri. Pada perempuan, dampak body shaming bisa sangat terlihat. Perempuan yang cenderung memperhatikan penampilan fisiknya, seringkali bukan karena keinginan dari dalam diri, melainkan untuk menghindari komentar negatif yang kemungkinan akan ditujukan pada dirinya. (Lampont, dalam Cahyani, 2018: 48)

2.3.3 Bentuk Body Shaming

Tri Fajariani dan Lintang Ratri (2019) menjelaskan macam-macam *body shaming* yang umum dilakukan antara lain, yaitu:

1. Fat Shaming

Fat Shaming adalah bentuk body shaming yang paling sering terjadi dilingkungan sekitar kita. Fat shaming berisikan ucapan dan komentar negatif yang dilontarkan kepada orang yang berbadan gemuk.

2. Skinny/ Thin Shaming

Thin Shaming adalah hal yang berbanding terbalik dari *Fat Shaming*. Akibat negatif yang ditimbulkan pun sama besarnya. *Thin Shaming* adalah perlakuan memermalukan seseorang dengan melontarkan komentar negatif kepada orang yang berbadan kurus.

3. Tubuh Berbulu

Bentuk *Body Shaming* yang melakukan penghinaan kepada seseorang yang memiliki bulu berlebih di beberapa bagian seperti di lengan, kaki, dada, dan bagian lainnya. Umumnya tubuh berbulu ini dianggap tidak lazim apabila dimiliki oleh wanita.

4. Warna Kulit

Bentuk *body shaming* dengan memberikan komentar terhadap warna kulit, biasanya warna kulit yang cenderung coklat dan gelaplah yang paling sering menerima perlakuan ini

2.4 Body Shaming Sebagai Bentuk Kekerasan Pada Wanita

Body shaming adalah tindakan yang digolongkan sebagai bullying secara verbal. Jika *body shaming* dilakukan secara terus-menerus, hal itu dapat membawa dampak yang serius bagi korbannya yang kebanyakan adalah perempuan. Tuntutan akan standar tubuh ideal yang ada dalam masyarakat, secara sadar ataupun tidak sadar memang mempengaruhi gaya hidup banyak perempuan. Melakukan kritik pedas baik secara empat mata, maupun dipermalukan ditempat umum merupakan tindakan yang sama sekali tidak dapat dibenarkan (dalam Christiani 2015:56).

Body shaming dapat menjadi bentuk kekerasan pada korbannya, karena dapat berdampak pada mental yang dapat menjadi hal serius yang harusnya menjadi perhatian setiap orang. Setiap orang berbeda-beda dalam merespon *body shaming*, pada umumnya *body shaming* menyerang kepercayaan diri perempuan, membuat mereka rendah diri dan membenci dirinya sendiri. Dampak fatal dari *body shaming* ini juga tidak main-main, depresi akut yang menimpa korban dapat menjadi alasan korban dalam melakukan tindakan nekat yang dapat melukai diri mereka sendiri. (dalam Christiani 2015:58).

2.5 Fenomena Body Shaming Di Indonesia

Standar tubuh ideal terdapat di negara berkembang seperti Indonesia, hal ini umumnya dikarenakan terpaan isu-isu dan tren kecantikan dari negara maju seperti Amerika Serikat dan juga Korea Selatan. Hal itulah yang pada akhirnya sampai pada masyarakat Indonesia dan mengikuti wacana dari standar tubuh ideal tersebut dan menyebabkan kemunculan *body shaming*. Jika dilihat dari pertelevisian Indonesia, maka dapat terlihat bahwa kebanyakan dari perempuan yang muncul adalah perempuan yang memenuhi standar cantik ideal maupun tubuh ideal yang dikonstruksikan oleh media. Baik dari periklanan, sinetron, film, acara berita maupun variety show.

Di kehidupan bersosial juga terdapat anggapan bahwa orang bertubuh gemuk susah mendapat pekerjaan dan memiliki gaji yang lebih kecil. Diskriminasi terkait berat badan ini kerap kali terjadi pada perempuan, meskipun tidak dapat dipukul rata. Terdapat berbagai pengalaman dari para wanita yang melakukan *interview* pekerjaan, mereka pernah mendapatkan perlakuan tidak mengenakan serta pertanyaan yang menjerus kepada komentar mengenai bentuk tubuh.

Faktor tuntutan lingkungan atau *social pressure* yang mampu mendorong seorang perempuan terobsesi memiliki tubuh langsing. Keinginan untuk langsing itu muncul bukan dari keinginan perempuan tersebut, melainkan dituntut oleh lingkungan dimana ia berada, misalnya pekerjaan yang di jalannya. Di beberapa pekerjaan tertentu, secara eksplisit seorang perempuan dituntut untuk selalu tampil sesuai gambaran ideal pekerjaan, yaitu cantik dan bertubuh langsing. Misalnya, sekretaris pribadi, pegawai bank, pramugari, model, atau artis. Sebagian besar dari mereka rela merogoh sejumlah uang untuk mendapatkan tubuh ideal. sesuai tuntutan pekerjaannya. (Strandbu dan Kvalem dalam Widiasti, 2016:1)

Body shaming kerap kali terjadi baik secara verbal maupun melalui media sosial di Indonesia. Menurut data dari Mabes Polri Pada Tahun 2015 di Indonesia terjadi sebanyak 206 jumlah kasus body shaming dan terus meningkat setiap tahunnya. Selama Tahun 2018 Kepolisian Republik Indonesia telah menangani 966 kasus *body shaming*. Korban yang terus saja bertambah, *body shaming* dikategorikan sebagai perundungan verbal atau pembullying karena dapat mengancam psikologis seseorang. Hal ini diatur pada Pasal 23 ayat (3) dan Pasal 45 ayat (3) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik seperti yang telah diubah UU No. 19 Tahun 2016 pelaku Body Shaming atau pencemaran nama baik di media sosial akan mendapat hukuman dengan ancaman 4 tahun penjara dan denda 750 Juta Rupiah. Menurut Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) kasus pembullying yang ada di negara kita menduduki urutan ke empat. Berbagai fenomena yang terjadi baik secara data dan juga pengalaman individu, fenomena *body shaming* di Indonesia memang marak terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung.

