

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konstruksi kecantikan yang terjadi pada masyarakat kita sekarang adalah konstruksi yang sudah terjadi dari kebiasaan orang-orang terdahulunya, baik keluarga, teman maupun kondisi lingkungannya. Selain itu, media juga tak kalah penting dalam mempengaruhi konstruksi kecantikan pada masyarakat kita sekarang. Hampir setiap hari, kita menemukan pemberitaan tentang perempuan di media massa, baik media massa cetak, elektronik, maupun *online*.

Media telah menggambarkan sosok perempuan dengan sosok yang cantik, putih, tinggi, dan berbadan langsing. Hal ini diperkuat dengan banyaknya artis-artis atau model-model di televisi yang mempunyai kriteria tersebut. Selain itu, iklan tentang kecantikan juga sangat gencar dalam menggambarkan sosok perempuan yang cantik, iklan dibuat oleh industri kapitalis untuk memperkenalkan produk-produk kecantikannya dengan slogan-slogan yang menarik sehingga membuat para perempuan meyakinkannya (Melliana, 2006: 53)

Perkembangan iklan kecantikan pun selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Di Indonesia iklan-iklan kecantikan mulai *booming* sejak memasuki pertengahan tahun 1990-an. Dipelopori oleh produk dari Sari Ayu Martha Tilaar dan Mustika Ratu. Iklan kecantikan yang beredar berusaha menanamkan konsep cantik sesuai dengan produk-produk yang dikeluarkan Sari Ayu dan Mustika Ratu. Di dalam iklannya Sari Ayu menggambarkan perempuan cantik Indonesia adalah mereka yang memiliki kulit kuning langsung. Kemudian dalam iklan Mustika Ratu digambarkan perempuan cantik adalah perempuan yang langsing dan kencang dalam produk iklannya yakni *Slimming Tea* (Kompasiana. obat pelangsing. com diakses pada tanggal 28-10-2015).

Semakin berkembangnya zaman, banyak produk-produk pelangsing lainnya yang telah dihadirkan melalui iklan yakni minuman pelangsing *WRP*, *Termolyte Plus*, *Moment* dan sebagainya yang menghadirkan sosok model atau selebritis yang bertubuh langsing dan *sexi*. Kehadiran iklan-iklan kecantikan tersebut, masyarakat akhirnya menjadi terbiasa mengakui bahwa cantik itu sesuai

yang digambarkan pada iklan. Hal ini karena di setiap kesehariannya, masyarakat selalu dihadapkan oleh media. Dalam sebuah tulisan yang berjudul “Pengaruh budaya terhadap persepsi mengenai berat badan”, Artaria (2008) menuliskan suatu fakta bahwa orang-orang khususnya remaja yang hidup di dalam masyarakat banyak mengekspos bintang-bintang atau selebriti yang memiliki tipe tubuh yang langsing atau ideal. Akhirnya, banyak remaja yang tidak mau menjadi gemuk, mereka sangat takut untuk memiliki lemak dalam tubuhnya (gemuk), saat mengetahui bahwa tubuh mereka terlihat gemuk maka mereka akan melakukan olahraga, dan mengurangi makan supaya berat badan turun.

Media menyebarkan wacana “kecantikan” dan “tubuh ideal” terus-menerus sehingga secara tidak sadar masyarakat meyakini. Masyarakat mulai membentuk sosok tubuh yang ideal dengan kriteria-kriteria yang selalu ditampilkan melalui media terus menerus. Masyarakat mulai meyakini sosok tubuh ideal tersebut dan kemudian digunakan sebagai standar ukuran perempuan dengan tubuh ideal yang mewakili sosok cantik.

Standar kecantikan juga selalu berubah dari masa ke masa. Pada tahun 1950-an aktris Marilyn Monroe yang memiliki berat badan 67 kg dan tinggi 163 cm, saat itu dijadikan simboleks (Melliana, 2006: 64). Hal ini mendefinisikan bahwa kecantikan pada masa itu adalah wanita dengan tubuh yang gemuk dan jauh dari kata langsing. Sementara itu, pada tahun 1960-an, mendadak tubuh kurus justru menjadi simbol kecantikan (Melliana, 2006: 67). Terbukti dari digandrunginya tubuh seorang model Inggris, Twiggy, yang saat itu menjadi representasi gerakan pembebasan wanita dari mitos kecantikan yang sebelumnya dikaitkan dengan fungsi reproduksi.

Sisi lain kehadiran globalisasi belakangan ini ternyata juga telah membuat pihak kapitalisme memonopoli kecantikan sesuai dengan kepentingan-kepentingannya. Beragam versi kecantikan yang tadinya hanya berlaku di setiap negara maupun daerah sesuai dengan budaya masing-masing, pada akhirnya diseragamkan menjadi suatu makna kecantikan yang universal. Adanya ajang Miss World menjadi salah satu indikasi bahwa standar kecantikan telah diseragamkan. Cantik tidak lagi disesuaikan dengan budaya di masing-masing

negara maupun daerah, tetapi ia telah direduksi oleh lembaga maupun media massa yang merasa mempunyai wewenang menentukan kriteria perempuan tercantik di dunia, seperti pada ajang Miss World.

Ajang ini mengedepankan perempuan cantik ditandai dengan perempuan yang berbadan langsing, postur tubuh tinggi, hidung mancung, kulit putih bersih, serta rambut yang panjang. Tidak jauh berbeda dengan Miss World, di Indonesia juga memiliki kontes kecantikan yaitu Miss Indonesia. Kriterianya pun hampir mirip dengan kriteria perempuan cantik pada ajang Miss World. Miss World menjadi sebuah ajang kecantikan yang terbesar dan diketahui oleh seluruh dunia karena lingkupnya yang mendunia. Oleh karena itu, sebagian besar perempuan di dunia mengkilatkan kecantikan sesuai dengan standar Miss World, sedangkan Miss Indonesia mewakili ajang perempuan cantik versi Indonesia (Syata, 2012: 7).

Tidak hanya para artis saja yang telah menjadi simbol kecantikan bagi masyarakat luas. Bahkan, boneka Barbie pun diciptakan oleh perusahaan Mattel sebagai sebuah ikon kecantikan yang ditanamkan sejak dini pada anak-anak sampai orang dewasa. Kecantikan dalam hal ini, diidentifikasi dengan sosok Barbie sehingga orang yang cantik di mata umum adalah yang paling mirip dengan Barbie yaitu berkulit putih, bermata biru, berambut pirang, dan bertubuh langsing (Moore, 2009: 6).

Fenomena seperti inilah, membuat orang-orang yang bertubuh gemuk menjadi semakin tidak percaya diri dalam kehidupan sosialnya. Budaya sudah meyakini dan menstandarkan bahwa perempuan yang cantik adalah seperti yang ditampilkan di media. Perempuan harus langsing, tinggi, dan mempunyai kulit yang putih. Secara tidak langsung, hal-hal seperti ini membuat orang-orang yang bertubuh gemuk berusaha untuk merombak dirinya demi ingin menyesuaikan dengan budaya saat ini.

Ketakutan terbesar yang dialami perempuan adalah mempunyai tubuh yang gemuk. Alasannya karena tubuh gemuk susah membeli pakaian, dan susah mengikuti tren. Selain itu, bertubuh gemuk menyebabkan diskriminasi pada kaum perempuan karena berbagai macam pekerjaan selalu memprioritaskan tubuh yang

kurus, dan tubuh kurus lebih disukai banyak orang dan diterima oleh publik (Wawancara pada mahasiswi islam di Lamongan, 24 september 2015). Profesor sosiologi, Mike Featherstone dalam karyanya "*The Body in Consumer Culture*" melihat pembentukan tubuh menjadi alat penampilan tubuh luar. Kebudayaan konsumen menyatakan bahwa tubuh dicitrakan sebagai wahana kesenangan. Tubuh dibentuk berdasarkan hasrat dan tujuan mencapai citra ideal seperti muda, sehat, langsing, dan menarik, yang mengacu pada tubuh perempuan Eropa atau Amerika. Padahal, bila merujuk pada persepsi cantik masyarakat Eropa di abad pertengahan, perempuan dianggap cantik bila bertubuh gemuk karena identik dengan kesuburan dan kemapanan, yang artinya *big is beautiful*. Hal ini tentunya sangat berbanding terbalik dengan konsep kecantikan di negara-negara lain yang setuju jika perempuan cantik adalah yang berbadan langsing (*slim is beautiful*)

Saat ini, cukup banyak masyarakat yang menganggap bahwa gemuk itu tidak cantik dan tidak menarik terutama pada remaja. Mereka menganggap bahwa cantik dan menarik hanya bisa diperoleh dari tubuh yang kurus sehingga banyak dari mereka yang berusaha dengan berbagai cara untuk memperoleh tubuh yang mereka anggap ideal dan menarik yakni dengan tubuh yang kurus.

Bagi remaja baik laki-laki maupun perempuan, mempunyai tubuh gemuk (tidak sesuai dengan BMI) menjadi sesuatu yang menakutkan dan harus dihindari. Hanya untuk tujuan tersebut banyak dari mereka yang melakukan program penurunan berat badan secara drastis, dengan berbagai cara mulai dari membatasi porsi makan, mengkonsumsi jamu pelangsing, obat pelangsing, dan olahraga berlebih. Semua cara yang dilakukan perempuan tersebut untuk menurunkan berat badannya bukan hadir dengan sendirinya, namun karena pengetahuan yang diperolehnya, dimana pengetahuan tersebut secara terus-menerus terbentuk melalui proses konstruksi yang berjalan di kalangan perempuan yang mempunyai berat badan lebih. Konstruksi pengetahuan berproses secara dialektik antara proses obyektivasi, proses internalisasi, dan proses eksternalisasi yang ada pada suatu masyarakat. Dimana manusia adalah pencipta kenyataan sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, lalu kenyataan obyektif tersebut kembali mempengaruhi manusia melalui internalisasi.

Fenomena perempuan yang mempunyai berat badan lebih (di luar batas normal) semakin menarik untuk diteliti dengan kajian Konstruksi kecantikan pada mahasiswi FISIB UTM yang mempunyai berat badan lebih melalui teori konstruksi sosial Peter L. Berger.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka menjadi penting untuk ditelusuri lebih dalam mengenai kecantikan pada mahasiswi yang mempunyai berat badan lebih yang kemudian ditarik ke dalam suatu rumusan masalah yakni : Bagaimana proses konstruksi kecantikan pada mahasiswi yang memiliki berat badan lebih (gemuk) di lingkungan FISIB UTM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah :

- 1) Ingin mengetahui lebih lanjut pada perempuan yang mempunyai berat badan lebih (gemuk) di Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Trunojoyo Madura dalam mengkonstruksi kecantikan.
- 2) Untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis bagaimana pembentukan kecantikan di Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Trunojoyo Madura dalam mengkonstruksi kecantikan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah

a) Manfaat teoritis

- ❖ Memberikan informasi mengenai konstruksi kecantikan pada perempuan yang mempunyai berat badan lebih atau gemuk melalui penelitian terhadap mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura
- ❖ Memberikan penjelasan tentang fenomena yang ada dengan teori-teori sosiologi yang relevan, karena nantinya dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta menjadi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang studi sosiologi.

b) Manfaat praktis

- ❖ Sebagai kerangka acuan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan di atas.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi dasar relevansi untuk penelitian yang akan dilakukan yakni terdiri atas dua penelitian. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Deni Ria Rukmawati mahasiswi sosiologi Universitas Trunojoyo Madura (2015) yang mengkaji tentang “*Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karir*”. Penelitian yang dilakukan berfokus pada wanita karir khususnya wanita yang bekerja di Bank BRI Lamongan tentang konstruksi kecantikan. Membahas tentang fasilitas kecantikan yang dilakukan perempuan karir, dampak negatif, dan positif munculnya fasilitas kecantikan.

Hasil penelitian yang dilakukan Deni Ria (2015) menyebutkan bahwa cantik adalah orang yang mempunyai keindahan dalam dan luar. Natural dan tanpa polesan atau *make up*, namun seiring berkembangnya zaman dengan adanya klinik kecantikan yang menawarkan berbagai produk kecantikan. Banyak orang yang tergiur untuk merawat dirinya dengan melakukan perawatan di klinik untuk mempercantik dirinya. Ia memandang, bahwa perempuan tidak pernah lepas dari produk kecantikan karena pada dasarnya semua ingin tampil cantik. Keberadaan fasilitas kecantikan dapat menjaga penampilan baik fisik maupun batin di mana wanita karir akan tampil cantik dan menarik sehingga akan berpengaruh pada keseharian wanita dalam lingkungannya.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Novitalista Syata mahasiswi sosiologi Universitas Hasanudin Makassar (2012) yang berjudul tentang “*Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Prespektif Fenomenologi*”. Penelitian yang dilakukan membahas atau mengkaji tentang makna cantik di kalangan mahasiswa, faktor-faktor yang memengaruhi maknacantik.

Hasil penelitian yang dilakukan Novitalista (2012) menyebutkan bahwa mahasiswa Universitas Hasanudin Makasar memaknai cantik adalah seseorang yang mempunyai keindahan fisik dan hati, tanpa keduanya kecantikan wanita tidak akan sempurna. Selain itu, cantik adalah seseorang yang berbanding lurus

dengan tingkat ketundukan dan kepasrahannya kepada Allah Swt. Karena kecantikan hakiki dan ideal adalah kecantikan yang bersumber pada dimensi ilahiah (hati). Selain itu, faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa memaknai cantik adalah faktor internal meliputi fisik dan kepribadian, dan faktor eksternal meliputi keluarga, ekonomi, media.

Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Deni Ria Rukmawati (2015)	Novitalista (2012)	Ayu Fauziyah (2016)
Judul penelitian	Konstruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karir	Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Prespektif Fenomenologi”.	Konstruksi Kecantikan mahasiswi yang memiliki berat badan lebih (gemuk)
Lokasi penelitian	Di kabupaten Lamongan	Universtas Hasanudin Makassar.	Di Universitas Trunojoyo Madura
Jenis penelitian	Kualitatif deskriptif	Kualitatif deskriptif	Kualitatif Deskriptif
Pendekatan	Studi kasus	Fenomenologi	Fenomenologi
Teori	Konstruksi sosial Peter L Berger	Konstruksi sosial Peter L Berger	Konstruksi sosial Peter L Berger
Fokus penelitian	Lebih menekankan pada kecantikan wajah atau <i>beauty face</i> yang dilakukan oleh perempuan karir	Penelitian yang dilakukan membahas atau mengkaji tentang makna cantik di kalangan mahasiswa, faktor-faktor yang mempengaruhi makna cantik,.	Lebih menekankan pada kecantikan tubuh yang dilakukan oleh mahasiswi fisib yang memiliki berat badan lebih (gemuk).
Teknik penentuan informan	<i>Purposive sampling</i>	<i>Purposive sampling</i>	<i>Puposive Sampling</i>

Nama Peneliti	Deni Ria Rukmawati (2015)	Novitalista (2012)	Ayu Fauziyah (2016)
Hasil penelitian	orang yang mempunyai keidahan dalam dan luar. Natural dan tanpa polesan atau <i>make up</i> . Namun seiring dengan berkembangnya zaman dengan adanya klinik kecantikan yang menawarkan berbagai produk kecantikan. Banyak orang yang tergiur untuk merawat dirinya dengan melakukan perawatan di klinik untuk mempercantik dirinya. Ia memandang, bahwa perempuan tidak pernah lepas dari produk kecantikan karena pada dasarnya semua ingin tampil cantik. Kebeadaan fasilitas kecantikan dapat menjaga penampilan baik fisik maupun batin di mana wanita karir akan tampil cantik dan menarik sehingga akan berpengaruh pada keseharian wanita dalam lingkungannya	bahwa mahasiswa Universitas Hasanudin Makasar memaknai cantik adalah seseorang yang mempunyai keindahan fisik dan hati, tanpa keduanya kecantikan wanita tidak akan sempurna. Selain itu, cantik adalah seseorang yang berbanding lurus dengan tingkat ketundukan dan kepasrahannya kepada Allah Swt. karena kecantikan hakiki dan ideal adalah kecantikan yang bersumber pada dimensi ilahiah (hati). Selain itu, faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa memaknai cantik adalah faktor internal meliputi fisik dan kepribadian, dan faktor eksternal meliputi keluarga, ekonomi, media.	Konstruksi kecantikan pada mahasisiwi yang mempunyai berat badan lebih atau gemuk berlangsung melalui tiga momentum. Terdapat obyektifikasi terhadap iklan yang menampilkan produk kecantikan. Internalisasi berlangsung di lingkungan tempat tinggal dan lingkungan tempat kuliah .Eksternalisasi dengan melakukan program diet.

Sumber: Data olahan peneliti 2015-10-24

Tabel diatas adalah tabel perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Peneliti mengambil dua contoh skripsi yang sama-sama membahas kecantikan. Yang pertama adalah skripsi yang dipersembahkan Dheni Ria Rukmawati Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura yang membahas tentang “Konstruksi Kecantikan di kalangan wanita karir”. Skripsi yang ke dua adalah skripsi dari Novistalista Universitas Hasanudin Makasar yang membahas tentang” Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi” Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang kecantikan, dan menggunakan alat analisa dengan teori Berger Konstruksi Sosial. Namun, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus kajiannya. Jika peneliti terdahulu membahas konstruksi cantik dikalangan wanita karir dan lebih mengedepankan kecantikan wajah, penelitian sekarang mengkaji tentang konstruksi cantik dikalangan wanita yang mempunyai berat badan lebih, yang lebih mengedepankan kecantikan dalam menguruskan badan atau menurunkan berat badan.

1.6 Definisi Konseptual

1.6.1 Definisi Kecantikan

Cantik dalam kamus besar bahasa Indonesia (2008), cantik adalah sesuatu yang indah, molek, elok, dan jelita. Namun dalam implementasinya, pemaknaan kecantikan itu berbeda dan selalu berubah dari waktu ke waktu. Konsep kecantikan dalam setiap daerah mempunyai makna yang berbeda.

Pada hakikatnya, kecantikan terbagi menjadi dua yakni, kecantikan luar (*outer beauty*) yang menyangkut keindahan fisik, dan kecantikan dalam (*inner beauty*) yang berhubungan dengan seluruh kepribadian dan dimensi psikis-rohani. Hal ini menunjukkan, bahwa perempuan sudah sewajarnya merawat dan memperhatikan tubuhnya agar terpancar kecantikan dari dalam dan luar. Kecantikan luar memang lebih menonjol dan tampak, misalnya pada wajah, paras, bentuk, dan kulit.

Definisi cantik dan mitos bagi perempuan memang berubah-ubah dari masa ke masa. Sejarah mencatat, definisi cantik terus menerus berubah. Di eropa pada abad pertengahan kecantikan perempuan berkait erat dengan fertilitasnya,

reproduksinya. Pada abad ke-15 sampai ke-17, perempuan cantik dan seksi adalah mereka yang punya perut dan panggul besar. Pada awal abad ke-19 kecantikan didefinisikan dengan wajah dan bahu yang bundar serta tubuh montok. Sementara itu, memasuki abad ke-20 perempuan yang cantik adalah perempuan yang gemuk karena dianggap menunjukkan kemakmuran dan kesuburan. Namun setelah itu, perempuan dianggap cantik adalah dia yang berbadan kurus atau langsing. Hal ini ditandai dengan adanya model inggris “Twiggy” yang berbadan kurus. Pada kenyataannya kita telah terperangkap di dalam berbagai citra dan mitos kecantikan. Sepanjang peradaban manusia, apa yang disebut cantik selalu berubah menurut apa yang dikonstruksikan oleh masyarakat itu (Melliana, 2006: 19)

Pandangan tentang cantik berubah bersama perkembangan teknologi. Di barat, semenjak revolusi industri terjadi perubahan konsep kecantikan. Dimulainya dari era industrialisasi membuat banyak perempuan bekerja di luar rumah dan independent secara material.

Keadaan ini, seperti yang diungkapkan Naomi Wolf, aktivis gerakan perempuan dalam bukunya *The Beauty Myth*, mendorong perempuan membelanjakan uangnya, menjadi konsumen demi kecantikan yang sejalan dengan penciptaan mitos cantik secara massal oleh kaum industri kapitalis; seperti misalnya: tubuh yang ramping cenderung kurus, muka cantik, bersih, dan kulit kencang.

Karena mitos dan kriteria cantik itu, banyak wanita tergoda terhadap tawaran paket mempercantik diri yang kini banyak bertebaran. Mulai dari melangsingkan tubuh, memutihkan kulit, mentato alis mata, membentuk bokong atau payudara, membuat lesung pipit, sampai mendandani "organ paling intim". Paha, pinggul, lengan, dan perut adalah tidak bagus kalau terlihat gemuk sehingga ada paket sedot lemak untuk merampingkannya. Tampaknya di mata bengkel kecantikan, selalu ada saja bagian tubuh yang dianggap tidak indah, dari ujung rambut hingga ujung kaki sampai bagian terdalam.

1.6.2 Kecantikan Wanita

Di berbagai belahan dunia terdapat kriteria yang berbeda-beda mengenai kecantikan. Kriteria-kriteria tersebut muncul dari keinginan pria terhadap hal-hal yang membuat mereka tertarik kepada seorang wanita. Misalnya wanita yang cantik di Jepang adalah seorang wanita yang memiliki kulit halus dan rambut panjang, di Burma dan Thailand wanita cantik adalah mereka yang memiliki leher yang panjang dan di Iran wanita cantik adalah mereka yang memiliki hidung mancung dan mungil, serta di beberapa negara lain termasuk Indonesia salah satu kriteria cantik adalah memiliki tubuh yang langsing. Walaupun di berbagai belahan dunia memiliki kriteria masing-masing soal kecantikan, tetapi terdapat beberapa kesamaan soal kecantikan di berbagai negara yaitu bibir penuh, kulit putih bersih dan halus, mata jernih, rambut berkilau, tubuh yang langsing, dan kulit kencang.

Bagaimana perempuan menilai tubuhnya akan sangat berkaitan dengan bagaimana lingkungan sosial dan budaya di luar dirinya menilai tubuh perempuan. Artinya kalangan perempuann akan selalu berusaha untuk menyesuaikan bentuk tubuh mereka dengan kata sosial dan budaya. Masyarakat tentang konsep kecantikan. Namun kini media massa yang merambah berbagai budaya telah banyak mengubah citra kecantikan wanita dalam budaya-budaya tersebut. Salah satu ciri kecantikan modern adalah tubuh yang ramping (Mulyana, 2005: 64).

Mitos kecantikan yang mengnganggap kaum perempuan akhirnya berujung pada banyaknya konsepsi yang di bangun secara sosial berkaitan dengan makna cantik yang kecenderungan definisinya, adalah banyak berangkat dari analisis secara fisik semata. Tubuh perempuan yang cantik, selain dikarenakan oleh kecantikan wajahnya, juga adalah identik dengan kulit putih, mulus serta kencang, bentuk tubuh lekukannya menunjukkan kemontokan organ-organ tertentu (terutama dada dan pinggul) yang sempurna, bibir yang sensual, serta deskripsi lainnya, yang secara prinsip terkait dengan semua organ tubuh perempuan, mulai dari ujung rambut sampai ke ujung kaki (Kasiyan, 2008: 15).

1.6.3 Tubuh Gemuk

Tubuh gemuk adalah tubuh yang tertimbun lemak atau kelebihan lemak sehingga rentan dengan penyakit. Selain itu, tubuh gemuk adalah tubuh yang tidak sesuai dengan keadaan tubuh yang seharusnya, ia mengalami kelebihan berat badan dari yang seharusnya (*dassein*) (Grogan dalam Bestiana, 2008: 54). Baik laki-laki maupun perempuan sangat takut untuk mempunyai tubuh gemuk, mereka pada umumnya mendambakan tubuh yang ideal dan tidak puas terhadap tubuhnya.

Ketidakpuasan seseorang terhadap tubuhnya bisa muncul karena orang tersebut telah memiliki konsep tubuh ideal dalam pikirannya, namun dia merasa bahwa tubuhnya sendiri tidak atau belum memenuhi kriteria tubuh ideal tersebut (Grogan dalam Bestiana, 2008: 68).

Dalam penelitian ini, perempuan yang mempunyai berat badan lebih adalah perempuan yang gemuk, mempunyai bentuk tubuh yang tidak ramping, tidak sempurna, dan membuat mereka tidak percaya diri. Hal ini didukung dengan adanya budaya yang mengkonstruksi bahwa perempuan yang cantik adalah yang ramping *slim is beautiful*, konsep seperti ini lah yang memenuhi kriteria tubuh ideal. Konsep tubuh ideal wanita dalam masyarakat secara umum yang berangsur-angsur menjadi semakin mengurusi dan tidak masuk akal telah menyebabkan wanita memiliki perkiraan yang berlebihan terhadap berat badan tubuhnya (Bestiana, 2012: 45). Mereka merasa tubuhnya lebih gemuk dari pada berat badan yang sebenarnya. Hal ini juga memicu banyak wanita mengalami kebiasaan makan yang menyimpang seperti, *anorexia nervosa*, dan *bulimia*. Dalam kamus bahasa Indonesia 1991 cetakan ke 20, *anorexia* dan *bulimia* merupakan penyakit yang diderita orang-orang yang menginginkan tubuh ideal, mereka cenderung tidak ingin makan atau kurangnya nafsu makan karena mereka takut berat badanya naik

1.6.4 BMI dan Kategori Tubuh

BMI (*Body Mass Index*) adalah cara yang umum digunakan untuk mengukur tingkat lemak tubuh dalam bidang kesehatan. Menentukan BMI dilakukan dengan cara mengkalkulasi tinggi dan berat badan, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{BMI} = \text{Berat badan (kg)} \div \text{tinggi badan (m)} \times \text{tinggi badan (m)}$$

Dari perhitungan BMI tersebut akan diperoleh empat kategori bentuk tubuh yakni tubuh kurus, normal, gemuk, dan obesitas.

Contoh :

$$\text{BMI} = 59 \text{ Kg} \div 1.58 \text{ m} \times 1.58 \text{ m}$$

$$= 59 \text{ kg} \div 2.4$$

$$= 24.5 \text{ (normal)}$$

Tabel: BMI, Kategori tubuh, dan resiko kematian

<i>Body Mass Index</i>	Kategori tubuh	Resiko kematian dini
<18.5	Kurus	Meningkat
18.5-24.9	Normal	Rata-rata
25-29.9	Gemuk	Meningkat
30-34.9	Obesitas I	Tinggi
35-39.9	Obesitas II	Sangat tinggi
>39.9	Obesitas III	Sangat tinggi

- Diolah dari berbagai sumber (Biologi SMA: 2009: 64)

1.6.5 Mitos Kecantikan

Laki-laki diekspos seperti model-model *fashion* lelaki, namun demikian para model ini tidak dianggap sebagai model panutan bagi laki-laki. Sementara perempuan memperlakukan “model” seolah-olah semua itu adalah “model teladan (*role model*)” bahkan cenderung menjadi paradigma.

Dalam kebudayaan laki-laki, perempuan dianggap sosok yang tidak cukup cantik sehingga kebudayaan tersebut tetap menjadi kebudayaan laki-laki. Kebudayaan ini menciptakan stereotip-stereotip perempuan agar sesuai dengan mitos. Perempuan dibiarkan memiliki pikiran atau memiliki tubuh, tetapi tidak boleh memiliki kedua-duanya, pikiran dan tubuh. Hal ini mungkin dipicu oleh dominasi kaum laki-laki, dimana untuk melawannya kaum perempuan harus bersaing secara tidak alamiah dari sumber daya yang diberi harga oleh laki-laki.

“Laki-laki terus memandang perempuan. Perempuan menonton diri mereka yang dipandang laki-laki. Hal ini tidak hanya menentukan relasi antara laki-laki dan perempuan, tetapi juga relasi antaramereka sendiri” (Wolf 2004:115)

Cantik adalah hal yang selalu ingin dicapai oleh setiap perempuan. Istilah cantik ini pun identik dengan citra tubuh ideal perempuan yang memiliki kriteria-kriterianya sendiri, sehingga perempuan tidak segan-segan berusaha untuk memiliki penampilan yang sempurna seperti hanya perempuan ideal dalam konstruksi pemikirannya. Hal ini didukung oleh pernyataan Featherstone (dalam Rogers 2003: 173).

“karakteristik tubuh kini dipandang tak ubahnya seperti plastik. Dengan cukup usaha dan olahraga, orang bisa mengkonstruksi penampilan yang mereka inginkan” (Featherstone)

Olah raga yang semula berfungsi untuk kesehatan agar selalu terjaga sekarang lebih banyak menjadi salah satu cara agar terjaga bentuk tubuh yang kencang. Olah raga yang dilakukan berfungsi untuk mengecilkan ukuran perut, paha, pinggang, lengan dan betis. Olah raga ini kemudian dibarengi dengan pengurangan asupan nutrisi atau diet.

Mitos kecantikan mendorong kaum perempuan untuk melihat tubuh dan dirinya sebagai suatu objek secara seksual yang seolah harus disesuaikan atau di samakan dengan standar kecantikan sesuai dengan konstruksi sosial dalam masyarakat.

“Mitos tentang kecantikan menyatakan hal ini pada kita: kualitas yang disebut dengan “cantik” benar-benar ada, secara objektif dan universal. Perempuan pastilah ingin memiliki kecantikan, dan laki-laki pastilah ingin memiliki perempuan yang cantik. Tekanan yang muncul akibat perasaan ingin memiliki ini dirasakan oleh perempuan, bukan laki-laki. Situasi ini menjelma menjadi sesuatu yang alamiah dan diperlukan karena hal itu bersifat biologis, seksual, evolusioner.” (Wolf, 2004: 28-29)

Secara perlahan, muncul suatu konstruksi sosial mengenai sosok ideal seorang perempuan, dan hampir setiap perempuan selalu berusaha dan bertindak untuk mencapai sosok ideal tersebut. Menurut Wolf (2004:32) mitos kecantikan

sesungguhnya selalu merujuk pada perilaku dan bukan penampakan. Sosok perempuan yang ideal pun tidak jarang dikaitkan dengan bentuk tubuh perempuan secara fisik dimana tubuh fisik perempuan dipandang sebagai titik objek yang patut untuk dilihat dan selanjutnya dinilai.

Tubuh perempuan yang tercermin pada penampilan luar pada akhirnya menjadi tujuan utama bagi setiap perempuan sebab, tubuh ini merupakan bagian terpenting dari perempuan yang menentukan cantik atau tidaknya seorang perempuan berdasarkan konstruksi sosial yang terbentuk mengenai “perempuan ideal”.

“ Kebencian para perempuan pada bagian-bagian tubuh tertentu sebenarnya muncul bukan karena bagian tubuh mereka kurang indah, melainkan karena perasaan malu secara seksual yang mendalam.” Wolf (1990 dalam Mellianna 2006).

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman

Peneliti menggunakan landasan teori dari pemikiran Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yakni teori konstruksi sosial realitas sebagai alat analisis. Dalam membangun teorinya, Berger dan Luckmann bertolak dari gagasan-gagasan sosiologi pengetahuan yakni mengenai apa yang disebut dengan “kenyataan” dan “pengetahuan”.

“kenyataan” didefinisikan sebagai suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang kita akui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan “pengetahuan” didefinisikan sebagai kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik (Berger dan Luckmann, 2013:1).

Dengan kata lain “kenyataan” diartikan sebagai fakta sosial yang bersifat eksternal, umum, dan memiliki kekuatan memaksa kesadaran masing-masing individu. Kenyataan bersifat plural, dinamis, dialetis. Sedangkan “pengetahuan” merupakan realitas yang hadir dalam kesadaran individu (realitas yang bersifat subjektif) (Samuel, 2012:14). Berger kemudian menyatakan dalam pendahuluannya bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial dan sosiologi

pengetahuan harus menganalisa proses terjadinya pembentukan kenyataan tersebut (Berger dan Luckmann, 2013:1).

Pemikiran Berger dan Luckman banyak dipengaruhi oleh tokoh-tokoh sosiologi klasik seperti Marx, Weber dan Durkheim serta Mead dan Schutz. Berger bersama Luckman berupaya mencari benang merah diantara berbagai gagasan yang dilontarkan oleh para sosiolog yang sebelumnya dianggap bertentangan satu sama lain. Hasilnya adalah Berger berhasil menemukan sintesis dari berbagai gagasan pendahulunya yang diwujudkan melalui logika dialektis. Lanjutnya, hasil dari sintesis tersebut memungkinkan para sosiolog untuk memahami dunia sosial secara lebih mendalam (Samuel, 2012:91-92). Hasil dari sintesis tersebut Berger paparkan melalui penjelasan teoritiknyanya yang terangkum dalam proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi.

“Eksternalisasi adalah suatu pencurahan kedirian manusia secara terus-menerus ke dalam dunia, baik dalam aktivitas fisis maupun mentalnya. *Obyektivasi* adalah disandangnya produk-produk aktivitas itu (baik fisis maupun mental), suatu realitas yang berhadapan dengan para produsernya semula, dalam bentuk suatu kefaktaan yang eksternal terhadap, dan lain dari, para produser itu sendiri. *Internalisasi* adalah peresapan kembali realitas tersebut oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subyektif” (Berger, 2013:4-5).

Melalui tiga momentum inilah (eksternalisasi-obyektivikasi-internalisasi) Berger bersama dengan Luckman berhasil menjelaskan bagaimana relasi antara manusia dan masyarakat saling bergantung dan mempengaruhi dalam membentuk, membongkar, dan meneruskan suatu realitas sosial. Sebagaimana Berger mengatakan:

“Masyarakat adalah suatu gejala dialektik, yaitu suatu hasil manusia dan tidak lain dari pada hasil manusia, tetapi terus-menerus mempengaruhi kembali penghasilnya. Masyarakat adalah produk manusia. Ia tidak memiliki adanya selain yang diberikan oleh aktivitas dan kesadaran manusia. Tidak ada kenyataan sosial lepas dari manusia. Tetapi dapat dikatakan pula bahwa manusia adalah hasil masyarakat. Biografi setiap individu adalah suatu periode dalam sejarah masyarakat yang mendahului dan melestarikannya. Masyarakat sudah ada sebelum individu dilahirkan

dan tetap ada sesudah individu mati. Di dalam masyarakatlah dan sebagai hasil proses sosial, individu menjadi seorang pribadi, memiliki dan mempertahankan suatu identitas, menjalankan berbagai perencanaan dalam hidupnya. Manusia tidak dapat hidup tanpa masyarakat” (Berger, 2013: xv).

Mulanya manusia lahir ke dunia dengan kondisi yang “belum selesai”, ia bertindak hanya berdasarkan dorongan biologisnya atau naluriannya saja ketika di masa awal kelahirannya. Baru saat mulai tumbuh berkembang, manusia mulai membangun dunianya sendiri, mulai memahami dirinya sendiri dengan cara mengekspresikan diri dalam aktivitas (eksternalisasi). Saat mengekspresikan aktivitasnya, manusia juga tidak sepenuhnya bertindak sesuka hati berdasarkan keinginannya semata. Ia juga harus mempertimbangkan (obyektivasi) apa-apa yang sudah ada di masyarakat yang berada di luar dirinya sebelum hal-hal yang ada di masyarakat tersebut di *internalisasi* ke dalam dirinya.

Bagi Berger ada banyak realitas namun hanya realitas yang bersifat uniklah yang terpenting untuk menjadi bahan analisis dalam teorinya. Realitas unik tersebut adalah realitas kehidupan sehari-hari yakni realitas di mana individu mengalaminya atau menghadapinya dalam kehidupannya sehari-hari. Menurut Berger realitas kehidupan sehari-hari ini merupakan realitas yang teratur dan berpola dan biasanya diterima begitu saja tanpa perlu dibuktikan terlebih dahulu oleh si individu. Hal tersebut dikarenakan realitas sehari-hari yang dialami oleh individu dibangun bersama-sama dengan individu lainnya. Melalui interaksi (interaksi tatap muka) khususnya bahasa, mereka membangun realitasnya secara bersama-sama dan realitas tersebut hanya dimungkinkan bertahan dengan adanya objek-objek (hasil obyektivikasi) (Samuel, 2012:16-26).

Eksternalisasi yaitu proses penyesuaian diri manusia dengan lingkungannya. Obyektivasi yaitu proses tatanan kehidupan yang dibangun oleh manusia sebagai suatu realitas obyektif yang terpisah dengan subyektivitas. Tindakan-tindakan berpola yang sudah dijadikan kebiasaan membentuk lembaga lembaga yang merupakan milik bersama. Lembaga-lembaga ini mengendalikan dan mengatur perilaku individu (Berger dan Luckmann, 1990: 75-78). Internalisasi menyangkut identitas diri individu ke dalam realitas obyektif. Dalam proses

internalisasi, manusia menjadi produk masyarakat. Untuk mencapai taraf ini, individu secara terus menerus berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungan sosial dan budayanya, sehingga akhirnya mereka dibentuk sebagai suatu pribadi dengan suatu identitas yang bisa dikenal secara subyektif dan obyektif (Berger dan Luckmann, 1994: 23). Ketiga proses ini merupakan momen proses dialektika yang berlangsung secara terus-menerus. Jika dalam proses ini ada momen yang diabaikan maka akan mengakibatkan terjadinya distorsi.

Proses pembentukan konstruksi tersebut juga dapat digunakan untuk menjelaskan konstruksi cantik yang sebelumnya telah terbangun di masyarakat. Dimana dalam hal ini yang turut membentuk konstruksi tersebut adalah media massa. Iklan kecantikan merupakan media massa yang berperan untuk mengendalikan dan mengatur perilaku individu dalam memaknai kecantikan. Hal tersebut sesuai dengan proses obyektivasi dalam dialektika yang mengatur individu secara kolektif. Secara terus-menerus, proses pengaturan perilaku individu dilakukan oleh media massa dengan ide-ide yang terus dipaparkan kepada setiap individu. Ide-ide yang terus ditangkap oleh individu lama-kelamaan akan mempengaruhi pemikiran-pemikirannya. Saat individu-individu tersebut bertemu satu sama lain dan saling bertukar pendapat, saat itu juga terbentuklah suatu pemikiran obyektif hasil dari konstruksi yang diberikan oleh media massa. Hal tersebut berkaitan dengan proses internalisasi dimana manusia sebagai individu mulai dinilai juga secara obyektif.

Makna cantik dilihat dari perspektif konstruksi sosial tidak pernah merupakan realitas tunggal yang bersifat statis, namun merupakan realitas yang bersifat plural, dinamis dan dialetis. Sehingga makna cantik pun akan selalu berubah seiring berkembangnya jaman. Makna cantik berkembang menjadi sebuah realitas obyektif karena pada awalnya masyarakat sendiri yang membentuk realitas tersebut. Makna cantik yang berkembang secara umum merupakan realitas sedangkan pemahaman cantik yang diterima oleh tiap-tiap individu barulah disebut dengan pengetahuan.

Pemaknaan cantik yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura yang mempunyai berat badan tidak ideal (gemuk) jika berdasarkan pada

teori konstruksi sosial merupakan hasil dari eksternalisasi, obyektivikasi, dan internalisasi yang dibangun oleh mahasiswi-mahasiswi atas objek-objek yang melingkupinya. Objek-objek yang melingkupinya bisa berupa pengalaman-pengalaman subyektifnya atau pengalaman bersamanya, institusi sosial yang sudah ada, nilai-nilai Agama dan budaya yang berlaku, interaksi yang dilakukan antar mahasiswi dan lain sebagainya. Kesemuanya adalah hal-hal yang turut serta dalam membentuk (mengkonstruksi) adanya pemaknaan cantik pada orang-orang yang bertubuh gemuk yang kemudian ditularkan melalui bahasa, simbol dan tindakan.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskripsi kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik kemudian diwujudkan dalam bentuk kata-kata (Moleong, 2005: 64). Sehubungan dengan pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang perilaku, tindakan mahasiswi FISIB UTM dalam memaknai kecantikan pada mahasiswi yang mempunyai berat badan tidak ideal. Maka penelitian jenis kualitatif sangat tepat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi, suatu pendekatan yang menggali kesadaran terdalam para subjek mengenai pengalaman beserta maknanya. Fenomenologi memiliki asumsi bahwa kesadaran tidaklah hadir dengan sendirinya melainkan kesadaran dibentuk oleh sesuatu hal lainnya yang berada di luar dirinya sendiri. Jadi bisa dikatakan bahwa kesadaran muncul dari apa yang dirasakan dan ditangkap oleh inderawi dalam situasi-situasi tertentu. Alasan lain dalam menggunakan fenomenologi sebagai pendekatannya adalah karena ciri-ciri fenomenologi yang sejalan dengan sifat-sifat yang dimiliki oleh jenis penelitian kualitatif (Moleong, 2005: 74). Sedangkan jenis fenomenologi yang dipakai adalah jenis fenomenologi eksistensial, dimana fenomenologi eksistensial memiliki pandangan bahwa pengetahuan subjek terhadap sesuatu itu tidak terlepas dari posisi subjek dalam

dunia sosial (dunia intersubjektif). Fenomenologi eksistensial lebih menekankan pada analisa dunia-kehidupan (*life world*). Hal ini juga sejalan dengan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yang berpandangan bahwa pengetahuan yang ada pada subjek itu terbentuk melalui proses dialektik yakni internalisasi, objektivikasi, dan eksternalisasi.

1.8.2 Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Trunojoyo Madura Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya. Lokasi ini dipilih karena banyak mahasiswa Fisib yang terobsesi untuk ingin kurus atau langsing.

Waktu penelitian dilakukan pada 1 september 2015, peneliti sudah memulai observasi awal dan mendekatan diri kepada informan. Di bulan oktober, peneliti mengumpulkan data-data sebagai sumber referensi dan dilanjutkan dengan terjun lapang atau pengambilan data kepada informan dengan harapan peneliti memperoleh hasil yang diinginkan.

1.8.3 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah suatu penelitian dan mendapatkan informasi sesuai dengan yang diinginkan maka perlu dilakukan pemfokusan terhadap suatu penelitian. Sebagaimana Moleong (2005:94) menjelaskan bahwa setidaknya ada dua hal yang ingin dicapai dalam memanfaatkan fokus, *pertama*, penetapan fokus dapat membatasi studi, *kedua*, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi kriteria keluar masuk informasi. Fokus penelitiannya adalah bagaimana mahasiswi yang mempunyai berat badan tidak ideal memaknai kecantikan. Dalam hal ini, keterbatasan peneliti adalah dengan mengambil perempuan-perempuan yang kelebihan berat badan.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebagaimana dikemukakan Lexy J. Moleong (2005:122) peneliti langsung masuk ke lapangan dan berusaha mengumpulkan data secara lengkap sesuai dengan pokok permasalahan dihimpun sesuai fokus penelitian berupa kata-kata, tindakan, situasi, dokumentasi, dan peristiwa yang diobservasi. Pengumpulan data yang diolah peneliti meliputi data primer (observasi, wawancara) dan sekunder (foto, rekaman, sumber tertulis)

1) Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini di mulai dari mengamati informan. Peneliti mengamati informan mulai dari gerak geriknya, pakaian yang dikenakan sampai pada pola makan. Kemudian peneliti menanyakan tentang tinggi badan dan berat badannya. Peneliti, memposisikan dirinya sebagai peneliti partisipan, dimana peneliti akan menempatkan perannya sebagai *observer* dan akan melakukan pengamatan secara terbuka. Langkah ini diambil guna membangun kepercayaan sejak awal kepada subjek serta peneliti dapat melakukan pendokumentasian ketika ada informasi yang muncul (Usman dan Purnomo, 2009:52).

2) Pengukuran antropometris

Sebelum melakukan wawancara mendalam, peneliti sengaja melakukan pengukuran antropometris. Tujuan dari pengukuran antropometris adalah untuk mencari rata-rata BMI dan kategori tubuh yang digunakan sebagai data awal untuk memilih subjek yang akan diwawancarai secara mendalam,

Dalam pengukuran antropometris, peneliti cukup menanyakan tinggi badan dan berat badan saja.

3) Wawancara(*interview*)

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan orang yang diwawancarai (Moleong, 2005: 186). Proses wawancara yang dilakukan peneliti, menggunakan wawancara semi terstruktur karena peneliti telah melakukan wawancara dengan menyiapkan pedoman wawancara, namun tidak ter *pakem* pada pedoman tersebut serta peneliti mengikuti percakapan yang mengalir, namun tidak menyimpang dari poin-poin tersebut.

4) Data Pustaka

Data pustaka digunakan sebagai data pendukung, sebagai bahan literatur peneliti untuk mengerjakan konsep penelitiannya yang diambil dari sumber tertulis berupa buku buku tentang tubuh dan kecantikan,

jurnal, koran. Peneliti mulai melakukan untuk mengumpulkan data-data tersebut sekitar tanggal 1 Oktober 2015. Selain itu, peneliti menggunakan kamera, alat perekam untuk mengambil gambar dan merekam suara saat wawancara berlangsung.

1.8.5 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu penelitian karena informan inilah yang akan memberi data-data yang dapat mempresentasikan apa yang dicari dalam permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana memilih informan dengan cara pertimbangan tertentu berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2009: 220).

Fauzy dalam Kusworo (2009: 60) menyatakan bahwa kriteria-kriteria pemilihan informan dalam pendekatan fenomenologi adalah :

- 1) Informan harus mengalami langsung kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian.
- 2) Mampu menggambarkan kembali fenomena yang telah dialaminya.
- 3) Bersedia untuk diwawancarai ataupun direkam selama penelitian berlangsung.

Berdasarkan kriteria di atas, maka informan penelitian ini adalah

- 1) Mahasiswa semester akhir (semester 7 ke atas)

Mahasiswa di semester ini dianggap sudah mampu memahami makna ataupun hakikat cantik. Selain itu, mereka juga lebih peduli terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya

- 2) Mahasiswa yang mempunyai berat badan tidak ideal (di luar batas normal)

Peneliti, melihat ketidak idealan tubuh informan dengan menggunakan perumusan BMI.

- 3) Sedang melakukan diet

Mahasiswa yang sedang melakukan diet baik dengan menggunakan obat-obatan ataupun secara alami dengan olah raga teratur.

Peneliti berhasil mendapatkan informan dengan kategori yang gemuk kemudian mereka juga sedang menjalankan program diet atau penurunan berat badan.

1.8.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk mengelompokkan, mengatur, mengurutkan, dan mengorganisasikan data yang telah terkumpul dari observasi dan wawancara seperti yang diungkapkan oleh Moleong (2005: 280). Peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif dengan memilih data yang diperoleh, baik data dari informan melalui wawancara dan juga data sekunder yang digunakan sebagai data pendukung. Peneliti kemudian mengelompokkan data yang sudah dipilah sesuai pokok permasalahan kemudian dianalisis.

Metode analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman melalui tiga proses yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Moleong, 2005).

- a) Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data yang sudah terkumpul kedalam bentuk data yang mudah terbaca dan diinterpretasikan. Data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan para informandan kenyataan di lapangan kemudian diolah untuk “diperhalus” agar lebih jelas.
- b) Pengujian data merupakan teknik analisa data dimana data yang telah terkumpul, kemudian disusun secara deskriptif dan ditelaah dari berbagai sumber sehinggadata yang disajikan berkualitas. Dari data yang telah diperoleh dalam penelitiankemudian akan disusun secara deskriptif dan naratif. Data hasil wawancara, penggalian dokumentasi, dan observasi lapangan tersebut dikumpulkan dan dipilah dengan baik sehingga akan menghasilkan tulisan yang mudah dipahami.
- c) Penarikan kesimpulan dilakukan dimana seluruh data yang telah diperoleh dandiproses akan ditarik kepada sebuah kesimpulan yang mengacu pada penelitianyang sudah dilakukan. Di dalam kesimpulan ini juga diberikan saran dan kritikyang merupakan verifikasi yang diberikan peneliti sebagai bentuk interpretasi dalam penelitian yang dilakukan

1.8.7 Triangulasi Data

Menurut Moleong (205: 270) Kriteria keabsahan data ada empat yaitu: Kepercayaan, Keralihan, Kebergantungan, Kepastian. Dalam penelitian ini, peneliti memakai keabsahan data kepercayaan yang berarti kredibilitas data yang dimaksudkan untuk membuktikan data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber yang digunakan peneliti untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi sumber yaitu, membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Cara yang dilakukan adalah: *pertama*, membandingkan hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, *kedua* membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan secara pribadi, dan *ketiga*, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan (Moleong, 2005: 320)

Jadi peneliti menggunakan sumber lain untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh selama di lapangan. Sumber yang dipilih peneliti untuk melakukan cek ulang adalah teman satu kos, saudara imforman. Sumber tersebut akan memberikan informasi tentang kebiasaan yang dilakukan informan dalam melakukan proses kontruksi kecantikan.