

Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah *Femina*

Ghela Rakhma Islamey

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang
ghelarakhma0710@gmail.com

ABSTRAK

Peran media dalam kehidupan sosial dapat mempresentasikan berbagai informasi dan ide kepada khalayak. Secara tidak langsung, media telah memberi peran dalam membentuk konstruksi sosial yang berkembang di masyarakat. Tidak dipungkiri pula, media telah turut andil dalam memberikan identitas dari standar kecantikan. Salah satu media cetak hiburan adalah majalah. Di Indonesia, majalah Indonesia beragam jenisnya, namun yang telah cukup lama bergaung di Indonesia dan menjadi kegemaran banyak perempuan Indonesia, yakni majalah *Femina*. Sebagai daya tarik majalah, sampul majalah merupakan hal yang pertama kali diperhatikan. Sebagai majalah perempuan, *Femina* memakai wajah perempuan untuk cover majalah mereka. Hal ini dilakukan untuk mempertegas identitas mereka sebagai majalah perempuan. Perempuan dalam sampul majalah *Femina* adalah perempuan yang dianggap cantik dan sesuai dengan isu yang ada pada majalah tersebut. Tulisan ini membahas konstruksi sampul majalah *Femina* menampilkan standar kecantikan perempuan Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme dengan metode semiotik dari Roland Barthes. Sampul majalah *Femina* mencerminkan bahwa perempuan adalah seorang ibu sekaligus seorang istri, juga memiliki karir yang sukses. Hasil penelitian ini menggambarkan standar kecantikan perempuan Indonesia yang dimunculkan pada majalah *Femina* adalah muda, berkulit mulus dan putih, bertubuh langsing, menggunakan busana yang sedang tren (*high fashion*), menggunakan *makeup* yang tidak berlebihan, dan seksi sekaligus kuat (memiliki *power*).

Kata Kunci: Majalah, Sampul, *Femina*, Perempuan, Semiotika

Discourse on Indonesian Women's Beauty Standards on the Cover of Femina Magazine

ABSTRACT (Times New Roman 11, bold, Italic)

The role of media in social life can present various information and ideas to the public. Indirectly, the media has given a role in shaping the social construction that develops in society. It is also undeniable that the media has contributed to the identity of beauty standards. One of the entertainment mass media is magazines. In Indonesia, various types of Indonesian magazines, but who have long resonated in Indonesia and become a favorite of many Indonesian women, namely the Femina. As the appeal of magazines, magazine covers are the first thing to note. As a women's magazine, Femina wears a women's face for their magazine cover. This was done to reinforce their identity as a women's magazine. The women on the cover of Femina magazine are women who are considered beautiful and in accordance with the issues in the magazine. This paper discusses how the cover of Femina magazine presented the standards of Indonesian women's beauty. This study uses the constructivist approach with the semiotic method of Roland Barthes. The cover of Femina magazine reflects that women are both a mother and a wife, also having a successful career. The results of this study illustrate the beauty standards of Indonesian women that appear in Femina magazine are young, smooth-skinned and white, slim-bodied, using fashion trends (high fashion), using makeup that is not excessive, and sexy as well as strong (having power).

Published: Maret 2020

ISSN: 2622-5476 (cetak), ISSN: 2655-6405 (online) Website: <https://journal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

Keywords: Magazine, Covers, Femina, Women, Semiotics

PENDAHULUAN

Media tak pernah terlepas dari perkembangan sosial dan budaya di masyarakat. Bahkan bisa jadi, media merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan sosial dan budaya itu sendiri. Peran media dalam kehidupan sosial dapat mempresentasikan berbagai informasi dan ide kepada khalayak. Secara tidak langsung, media telah memberi peran dalam membentuk konstruksi sosial yang berkembang di masyarakat. Media telah turut andil dalam memberikan identitas dari standar kecantikan. Salah satunya adalah majalah perempuan, yakni majalah *Femina*. Sebagai daya tarik majalah, *Femina* menjadikan perempuan yang telah memenuhi standar kecantikan media untuk menjadi sampul majalah mereka.

Majalah *Femina* merupakan salah satu media cetak mingguan di Indonesia yang telah terbit sejak tahun 1972, dengan sasaran pembacanya adalah perempuan perkotaan di Indonesia (SES AB class). Sebagai majalah perempuan Indonesia yang pertama hadir, *Femina* secara konsisten menangkap gaya hidup pembacanya, melalui teks visual dan verbal. Dalam perkembangannya, *Femina* juga mengakomodasi nilai-nilai dan pengaruh luar, baik tradisional maupun modern yang dianggap sesuai dengan pergeseran gaya hidup dan kebutuhan pembacanya.

Dewan redaksi *Femina* didominasi oleh mayoritas perempuan, sehingga majalah *Femina* diharapkan mengandung nilai-nilai, informasi, dan inspirasi bagi pembacanya. Sebagai majalah

perempuan, *Femina* merepresentasikan sosok ideal seorang perempuan melalui sampul (*cover*) majalahnya.

Wacana timbul melalui gambar visual secara berkesinambungan, dari periode awal terbitnya *Femina* sampai dengan saat ini. Wacana ini menyampaikan ideologi yang dibawa oleh *Femina* melalui sosok yang diidealisasikan, disadari maupun tidak. Penyampaian ideologi dan tuturan wacana secara visual dilakukan melalui elemen-elemen desain. Salah satu elemen desain yang dominan secara visual pada majalah adalah *image*. Biasanya *image* adalah yang pertama kali dilihat dan menarik perhatian pembaca. *Image* pada sampul majalah *Femina* telah diperhatikan dengan seksama oleh perusahaan agar dapat menarik perhatian pembaca sejak awal, melalui cara menggunakan *image* perempuan Indonesia yang cantik.

Tekanan yang muncul akibat perasaan ingin memiliki kecantikan ini menjadi sesuatu yang alamiah dan diperlukan karena hal itu bersifat biologis, seksual, dan evolusioner (Wolf, 2004: 29). Akhirnya perempuan berlomba untuk menjadi cantik, dengan standar kecantikan yang sebenarnya bias di masyarakat. Hal ini memunculkan konstruksi sosial di masyarakat Indonesia bahwa perempuan yang cantik itu harus langsing dengan kulit berwarna putih, tubuh sempurna, dan berwajah simetris. Maka, perempuan lain yang rahangnya maju misalnya, atau berhidung pesek, gendut tidak masuk dalam

kriteria perempuan cantik. Sehingga akhirnya beberapa perempuan yang ingin cantik, memutuskan untuk merubah bentuk tubuh dan wajahnya.

Plato dalam bukunya *Symposium* menjelaskan, ada dialog yang terkenal tentang konsep-konsep ideal yang abadi dan tak berubah: “Perempuan selalu menderita untuk bisa menjadi sosok yang cantik” (Wolf, 2004:7). Kecantikan adalah sistem pertukaran seperti halnya standar emas. Dalam upaya memercikkan api perlawanan kaum perempuan dalam hierarki vertikal sesuai dengan standar fisik, kecantikan merupakan ekspresi dari relasi-relasi kekuasaan, di mana perempuan harus bersaing demi sumber daya yang diberi harga oleh laki-laki (Wolf, 2004:29). Namun pada akhirnya perempuan harus terlihat cantik agar dihargai di masyarakat.

Image model yang hadir pada sampul muka dan ilustrasi artikel pada majalah *Femina* berfungsi menjadi penarik perhatian bagi banyak calon pembacanya, dengan cara mengomunikasikan citra visual sosok perempuan ideal yang diinginkan oleh pembaca. Perempuan terpesona oleh citra yang terbentuk dari wajah, tubuh, dan pakaian yang digunakan oleh model. Namun “kecantikan” sendiri mengikuti *fashion*, dan mitos kecantikan menentukan bahwa ketika perempuan yang bertambah tua dianggap tidak modis (Wolf, 2004: 135). Akhirnya perempuan sangat takut menjadi tua, keriput, dan beruban. Jika dengan seksama kita perhatikan cover majalah *Femina*, para model yang tampil di cover majalah *Femina* selalu tampil dengan kulit mulus dan tampak muda. Padahal sebenarnya yang

terjadi adalah ada peran *photoshop*, *Make Up Artist*, dan tata lampu studio di situ. *Femina* tidak ingin menampilkan model cover majalah dengan penampilan yang biasa saja. Walaupun itu artinya mereka membiaskan standar kecantikan perempuan Indonesia. Apakah perempuan tidak boleh menjadi tua?

Standar kecantikan ini sendiri berawal dari patriarki. Munculnya pandangan Liyan mereduksi perempuan menjadi objek (Tong, 2010: 276). Perempuan dijejali dengan berbagai citra kecantikan sempurna. Citra-citra inilah yang kemudian diinternalisasi, yang dengan tanpa ampun mengukur ketidaksempurnaan tubuh perempuan dan *fashion* tingkat tinggi (Tong, 2010:276). Hal ini akhirnya mendorong perempuan lain yang “tidak sempurna” untuk melengkapi ketidaksempurnaannya. Perempuan menjadi sangat sibuk memperhatikan segala ketidaksempurnaan tubuhnya.

METODOLOGI

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menggunakan paradigma kritis dan menganalisisnya dengan studi semiotika. Melalui semiotika, ada simbol dan tanda yang dilihat dari sampul majalah *Femina*. Semiotika berusaha mengungkap makna yang tersirat dalam simbol dan tanda tersebut. Banyak pendapat dari para ahli yang mempelajari semiotika, salah satunya Roland Barthes. Dalam teorinya, Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan tanda, yaitu tingkat denotasi dan konotasi (Rusmana, 2014:200).

Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*Two Order Of Signification*” atau Signifikasi Dua Tahap. Tahap pertama mencakup denotasi atau makna sebenarnya sesuai kamus yang mencakup hubungan *signifier* dan *signified*. Tahap ini lebih melihat tanda secara denotatif. Tahap denotasi ini baru menelaah tanda secara bahasa. Dari pemahaman bahasa ini, dapat dilanjutkan ke tahap kedua. Di tahap kedua, terjadi interaksi antara tanda dengan hubungan perasaan/emosi dari pembaca dan nilai-nilai kebudayaannya. Tahap ini lebih kepada aktifitas menelaah tanda secara konotatif. Pada tahap ini konteks budaya, misalnya, sudah ikut berperan dalam penelaahan tersebut. Ketika makna denotatif dan konotatif pada tahap pertama dan kedua ini digabung maka akan membawa pada sebuah mitos.

Mitos ada dan berkembang dalam masyarakat karena penginterpretasian masyarakat sendiri akan memahami dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat nyata (denotasi) dan apa yang tersirat (konotasi). Sebagai sistem semiotik, mitos dapat diuraikan ke dalam tiga unsur, yaitu *signifier*, *signified*, dan *sign*. Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos mengambil sistem semiotik tingkat pertama untuk landasan. Maka mitos adalah sistem yang terdiri dari gabungan sistem linguistik dan sistem semiotik (Sunardi, 2002:104).

Penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes yang bertujuan mengetahui idealisme yang membentuk realitas pada majalah *Femina*. Dalam mengkaji sebuah realitas, diperlukan beberapa tahap. Tahap pertama peneliti memaknai tanda secara denotasi. Pada tahap ini tanda

dimaknai objektif atau memaknai tanda dengan menghubungkannya secara langsung terhadap realitas yang ditampilkan. Setelah menganalisis tanda sebagai representasi realitas pada tahap pertama, peneliti kemudian menganalisis tanda dalam sampul majalah *Femina* tersebut ke dalam pemaknaan tahap kedua.

Makna memiliki beberapa hal atau langkah yang perlu diperhatikan peneliti (Sobur, 2009:124). Langkah pertama, melakukan survei lapangan. Survei lapangan ini bertujuan mencari dan menemukan objek penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti dalam hal ini adalah sampul majalah *Femina*. Langkah kedua, melakukan pertimbangan terminologis terhadap konsep-konsep pada tanda nonverbal. Langkah ketiga, memperhatikan perilaku nonverbal, tanda, dan komunikasi terhadap objek yang ditelitinya. Langkah terakhir adalah menentukan model semiotika yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dengan objek komunikasi. Konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Konstruktivisme berpendapat bahwa realitas bergantung pada konstruksi pikiran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Femina yang merupakan majalah khusus perempuan tentunya mudah ditebak isi dari majalah tersebut. Mulai dari urusan tata rias, kehidupan rumah tangga, pendidikan, sampai pada

mode terkini. Sebagai majalah perempuan, *Femina* menyadari adanya *double* peran seorang perempuan. Tidak hanya seorang istri, namun perempuan juga ibu bagi anak-anaknya. Bahkan seorang perempuan dianggap lebih hebat lagi saat ia merupakan sosok yang cerdas, sukses, dan menginspirasi. Tidak jarang *Femina* juga mengangkat sosok perempuan yang melakukan pekerjaan sosialnya, seperti menjadi ibu asuh untuk anak jalanan, atau menjadi relawan guru untuk anak-anak yang putus sekolah. Namun, sampul majalah *Femina* tidak pernah menampilkan sosok-sosok perempuan berwajah biasa tersebut. *Femina* akan menggunakan wajah komersil seperti aktris, model, *selebgram*, *beauty youtuber* yang memang memiliki wajah menarik dan mampu diarahkan gaya untuk menjadi model sampul.

Tidak dapat dipungkiri jika yang dilakukan *Femina* adalah mayoritas yang akan dilakukan semua perusahaan media maupun periklanan. Untuk menarik perhatian pembaca agar membeli sebuah produk, perusahaan akan menempatkan produk tersebut dalam tampilan yang menarik mata. Wajah komersil seperti aktris, model, *selebgram*, *beauty youtuber* sebagai bagian dari sampul majalah dianggap tampilan yang menarik mata pembaca. Hal ini merupakan bagian dari implikasi pemasaran. Kemenarikan tersebut tidak terlepas dari ideologi yang dibawa oleh majalah *femina*.

Ideologi *Femina* sejak awal terbit diperlihatkan dalam sampul perdana *Femina*. Tuti Malaon, didaulat menjadi model sampul perdana *Femina* pada edisi September 1972. *Femina*

memilihnya karena ia pintar membagi waktu antara keluarga dan kariernya yang selain sebagai pemain drama sekaligus seorang dosen di Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Sebagai perempuan yang menginspirasi perempuan Indonesia di masanya, ia merupakan seorang ibu dan istri yang mampu mengurus rumah tangga dengan baik. Selain itu ia memiliki keterampilan lain seperti memasak dan menjahit serta karirnya yang cemerlang telah menjadi nilai lebih.

Sampul majalah *Femina* yang menampilkan sosok Tuti Malaon disitu menunjukkan banyaknya peran seorang perempuan, ditampilkan dari sepuluh tangan yang masing-masing memegang sebuah benda. Ada panci penggorengan yang menunjukkan kebisannya memasak untuk keluarga, papan penggilasan untuk mencuci pakaian, mesin ketik menunjukkan pekerjaannya sebagai seorang dosen, cermin menunjukkan dirinya mampu merias diri, gunting untuk menjahit, dan lainnya yang menunjukkan betapa multi talenta dirinya.



Gambar 1 Tuti Malaon sebagai model sampul majalah *Femina*

Melalui model sampul majalah yang dipilih oleh *Femina*, *Femina* menjadikan media sebagai sarana mengkonstruksi budaya, lebih menekankan pada gagasan daripada barang material. *Femina* menunjukkan bahwa budaya Indonesia yang menganut sistem patriarki dimana seorang perempuan tidak memiliki andil dalam peran masyarakat, dibantah oleh *Femina*. *Femina* membuat budaya baru bahwa perempuan Indonesia bisa menjadi perempuan berdaya, tetap sukses dalam karirnya namun tidak kehilangan perannya sebagai seorang istri ataupun ibu. Dengan cara berpikir seperti ini, media mengarah pada dominasi ideologi elit. Hasil ini dicapai dengan manipulasi media terhadap gambar dan simbol untuk kepentingan kelas dominan. (Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss, 2008:305). Walaupun *Femina* membawa wajah baru bagi perempuan bahwa perempuan tidak hanya seputar pada bidang domestik, *Femina* telah melanggengkan standar kecantikan perempuan Indonesia. Akibatnya, perempuan yang tidak memenuhi standar kecantikan tersebut tidak dianggap cantik.

Fragmentation Body pada Sampul Majalah *Femina* tidak lepas dari budaya patriarki, sehingga standar kecantikan perempuan yang muncul tidak terlepas dari standar kecantikan perempuan yang dianggap ideal oleh budaya tersebut. Salah satu konsep Laura Mulvey yaitu *Male Gaze*. Konsep ini mengibaratkan mata sebagai mata seorang laki-laki. Sehingga tampilan perempuan dalam media cenderung tunduk pada kontrol tatapan laki-laki.

Pada tahun 90-an, pengambilan gambar untuk sampul majalah *Femina* biasanya adalah *medium*

close up sampai *close up*. Maka yang menjadi penonjolan utama pada model sampul adalah wajah. Pemotongan tubuh yang hanya menonjolkan pada bagian wajah menunjukkan aspek penting untuk dikatakan cantik pada masa itu.



Gambar 2 Sampul majalah *Femina* tahun 1990

Pada tahun-tahun berikutnya *frame* pada sampul model mendominasi pada *medium long shoot*, yakni dari kepala sampai batas lutut. Walaupun terkadang pemotongan tubuh sampai *medium close up shoot*, namun yang mendominasi adalah *medium long shoot*. Tampaknya ini menjadi ciri khas pengambilan gambar dari majalah *Femina*. Sehingga kesan yang didapatkan dari tampilan model cover adalah feminin dan berkelas tanpa berkesan vulgar. Selain itu dengan pengambilan gambar *medium long shoot*, tubuh langsing model sampul dapat terlihat jelas. Maka tampilan perempuan di majalah *Femina* ini menunjukkan kontrol laki-laki atas keinginannya terhadap bentuk tubuh ideal perempuan.



Gambar 3 Fragmentation Body pada sampul Majalah Femina

Selain itu melalui pengambilan gambar seperti ini, busana yang dikenakan oleh model menjadi tampak dan menunjukkan “standar” mode pada tahun tersebut untuk dikatakan cantik.



Gambar 4 Teknik pengambilan gambar Medium Long Shoot dapat menampilkan fashion yang dibawa oleh model sampul majalah Femina

Fashion juga merupakan salah satu poin penting yang ditunjukkan majalah Femina supaya model sampul tampak menarik dan dikatakan cantik. Secara makna, Femina ingin menunjukkan bahwa perempuan harus berpenampilan sesuai tren yang ada supaya tetap terlihat menarik dan

mereka harus tampak nyaman dengan itu. Fashion merupakan tren yang berputar sangat cepat. Karenanya, majalah Femina dapat terlihat tahun pembuatannya hanya dengan melihat sampul majalah Femina.

Selanjutnya yang dibahas adalah *gesture*. *Gesture* merupakan sikap yang ditunjukkan oleh gerakan anggota tubuh. Ini merupakan salah satu unsur komunikasi non-verbal. Melalui *gesture*, orang dapat mengerti ataupun menilai maksud dari pemilik tubuh tersebut. Dalam sampul majalah Femina, *gesture* model ditunjukkan melalui pose dan ekspresi. Pose dan ekspresi ini merupakan salah satu faktor penting untuk memuaskan *male gaze*. Dian Sastro saat menjadi sampul majalah Femina mengenakan *backless dress*, ia menunjukkan tubuh dan kulitnya yang indah melalui pose dari belakang. Dengan ekspresi wajah yang anggun, Dian Sastro memberi kesan seksi melalui pose didukung dengan busananya. Budaya patriarki terefleksi melalui sampul ini. Tatapan laki-laki menentukan fantasi ke sosok perempuan yang bergaya sesuai dengan yang diharapkan (Laura Mulvey, hal. 808).



Gambar 5 Sampul majalah Femina memperlihatkan lekuk tubuhnya

Selain itu pose juga dapat menunjukkan lekuk tubuh perempuan pada model sampul majalah

Femina. Seperti pada gambar di samping. Model pada gambar 5 sebelah kanan ini berpose menyamping. Pose ini dapat menunjukkan anggota tubuh yang dianggap sensual bagi kaum laki-laki. Misalnya perut rata, pinggang kecil, dan pantat yang terangkat. Pose ini dapat memunculkan standar ‘bias’ kepada pembaca yang menginginkan kecantikan tubuh seperti model tersebut.

Mitos merupakan komponen dalam model semiotika Roland Barthes. Demikian juga mitos kecantikan dalam Sampul Majalah *Femina*. Sampul majalah *Femina* menampilkan model dengan wajah cantik dan menarik memerlukan beragam tahapan. Mulai dari tata rias dengan *trend* terkini, sampai pada pakaian yang mencerminkan *high fashion* (denotasi). Pada tahapannya, melalui *gesture*, *pose*, pemotongan tubuh dalam sampul majalah menghasilkan makna baru untuk dilihat pembaca. Media telah mengkonstruksi kriteria-kriteria ideal mengenai tubuh, cantik, penampilan diri dan kepribadian yang berkiblat pada ideologi pasar kapitalisme. Sehingga ketika kita melihat model sampul majalah tersebut tampak cantik adalah wajar bagi seorang perempuan terlihat seperti model tersebut (konotasi). Pada akhirnya, *Femina* menunjukkan bagaimana seharusnya seorang perempuan, yang tentunya hal ini menjadi sebuah konstruksi media.

Pada sampul majalah *Femina*, belum pasti seorang perempuan yang menjadi model sampul *Femina* seperti yang tampak. Seperti misalnya Chef Renata yang menjadi model sampul *Femina*, dalam kesehariannya ia berpenampilan lebih tegas, lebih sering menggunakan baju warna

hitam, celana, dan jaket. Namun pada kesempatan ia menjadi model sampul *Femina*, *Femina* mengubah gayanya menjadi sesuai dengan ciri khas *Femina*. Cantik dan feminin. Meskipun, tetap menggunakan warna dominan putih yang cenderung aman, namun pribadi asli Chef Renata yang biasa dilihat di televisi terlihat berbeda di sampul ini.



Gambar 6 Chef Renata saat menjadi model sampul majalah *Femina*

Walaupun kecantikan telah memiliki makna perluasan, seperti *beauty brain behaviour* (3B), penilaian cantik tetap dilihat dari fisiknya terlebih dahulu. Dari fisik secara kasat mata, saat ini hal ini meluas pada tata rias, rambut, dan baju (*fashion*). Seorang perempuan akan dianggap cantik apabila memenuhi ketiga hal tersebut. Selain itu standar kecantikan perempuan lainnya saat ini adalah saat ia mampu terlihat seksi namun kuat. Hal ini ditunjukkan dari sampul majalah *Femina* akhir-akhir ini yang lebih sering menampilkan pose model sampul ‘*fierce*’. Pose *fierce* ini memperlihatkan model tampak berkesan kuat, tidak hanya cantik. Tampaknya *Femina* ingin menambahkan standar kecantikan baru

untuk perempuan tampak terlihat kuat namun tetap seksi.



Gambar 7 Model sampul *Femina* yang terlihat kuat dan seksi secara bersamaan

Konsep kecantikan masa kini mengajarkan dua hal utama kepada perempuan, yaitu pemujaan atas ketakutan terhadap penambahan umur dan pemujaan terhadap pengendalian berat badan (Wolf, 2004:204-233). Hal ini diperlihatkan oleh *Femina*, dimana model sampul majalah *Femina* rata-rata usianya tidak melebihi usia 40 tahun dan semuanya memiliki badan yang langsing. Perempuan dikatakan cantik saat ia masih tampak muda / awet muda dimana hal tersebut tidak menjadi persoalan jika laki-laki memiliki kerutan di wajahnya. Standar kecantikan perempuan Indonesia ini dikuatkan oleh *Femina* melalui ajang Wajah *Femina*. Wajah *Femina* yang dikriteriakan melalui website *Femina* adalah memiliki persyaratan batas usia adalah 18-25 tahun, fotogenik, memiliki kulit mulus, gigi rapi, dan rambut sehat, serta bertubuh bugar dan proporsional dengan tinggi badan minimal 165 cm.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pada sampul majalah *Femina* yang telah peneliti lakukan, maka standar kecantikan perempuan Indonesia yang dimunculkan pada majalah *Femina* adalah muda, berkulit mulus dan putih, bertubuh langsing, menggunakan busana yang sedang tren (*high fashion*), menggunakan *makeup* yang tidak berlebihan, dan seksi sekaligus kuat (memiliki *power*).

Simbol-simbol yang terdapat pada sampul majalah *Femina* memiliki makna masing-masing. *Gesture* yang ditunjukkan oleh model sampul *Femina* memperlihatkan kekuasaan pribadi atas perempuan agar terlihat seksi sekaligus kuat (tidak mudah ditaklukan laki-laki). Simbol ini terkonstruksi dan memiliki makna yang dibentuk oleh pembacanya terhadap citra perempuan pada model sampul majalah *Femina*. Simbol ini dikendalikan oleh *Femina* yang memegang konstruksi media bahwa perempuan Indonesia harus cantik secara fisik dan secara keseluruhan dari ujung rambut sampai ujung kaki, namun harus tetap berdaya mandiri sebagai seorang perempuan yang memiliki karirnya, sebagai ibu, maupun sebagai seorang istri (*superpower*).

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti menyarankan *Femina* dapat keluar sebentar dari kotak konstruksi yang telah dibangun. Agar kecantikan tidak terbatas pada usia, badan langsing, kulit putih. Hal ini telah terbukti dari kemerosotan penjualan Victoria's

Secret. Dimana Victoria's Secret tergerus oleh merek Savage x Fenty milik Rihanna. Melalui iklan dalam Amazon Prime Video, acara itu menampilkan wanita dari segala bentuk dan ukuran, dengan model dari beragam ras yang mewakili hampir semua warna yang ditawarkan oleh garis rias Fenty Rihanna. *Femina* seharusnya dapat mengikuti langkah Rihanna untuk keluar dari standar kecantikan yang bias tersebut karena perempuan yang sudah tidak muda, tidak langsing, masih berhak dikatakan cantik.

DAFTAR PUSTAKA

- Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss. (2008). *Theories of Human Communication Ninth Edition*. California: Wadsworth Publishing.
- Mulvey, Laura. _____. *Visual Pleasure and Narrative Cinema*.
- Rusmana, D. (2014). *Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori, dan Metode Interpretasi Tanda dari Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunardi, ST., Djatmiko, Sigit., & Minarni, Anggi. (2002). *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanak.
- Tong, Rosemarie Putnam. (2010). *Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif Kepada Aliran Pemikir Feminis*. Terj. Aquarini Priyatna Prabasmoro. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Penerbit Niagara.