

**GLOBALISASI NILAI-NILAI POSFEMINISME
DAN *AMERICAN DREAMS* DALAM TAYANGAN MISS UNIVERSE 2015**

(Skripsi)

Oleh

Rima Silviana Azizah



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

ABSTRAK

GLOBALISASI NILAI-NILAI POSFEMINISME DAN *AMERICAN DREAMS* DALAM TAYANGAN MISS UNIVERSE 2015

Oleh

Rima Silviana Azizah

Nilai-nilai yang diusung penyelenggara ajang Miss Universe terkadang kontras dengan kondisi dunia dan bahkan bertentangan dengan nilai-nilai budaya beberapa negara. Tetapi negara-negara tersebut justru rutin berpartisipasi dan tayangan dari ajang tersebut bahkan lebih populer dari ajang lain khususnya di tahun 2015. Oleh karena, itu penelitian ini bertujuan membongkar nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015 dan menjelaskan globalisasinya. Landasan konseptual yang relevan digunakan yaitu globalisasi dan globalisasi budaya; teks dan media; semiotika; *hierarchy of effect model*; citra dan nilai; ide, identitas, dan ideologi; posfeminisme; dan *American Dreams*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi budaya, yang menganalisis secara eksploratif dengan dua tahap; yang didukung data-data dari artikel maupun *report* dan wawancara dengan finalis Miss Universe 2015. Penelitian ini menemukan bahwa tayangan Miss Universe 2015 mengandung nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* yang globalisasinya dilakukan melalui tiga jalur yaitu tiga aktor yang masing-masing melakukan tiga tahap konstruksi seperti penyebaran ide, pembentukan identitas, dan pergeseran ideologi. Media merupakan aktor utama yang didukung oleh Miss Universe beserta para finalis, dan semakin diperkuat oleh organisasi Miss Universe. Nilai-nilai tersebut di satu sisi adalah citra yang merefleksikan kondisi dunia, namun di lain sisi adalah citra yang dikonstruksi. Globalisasi tersebut bertujuan membangun kesadaran masyarakat dunia dan perlahan merubah tatanan dunia. Globalisasi ini pada akhirnya akan menciptakan budaya masyarakat yang cenderung homogen, meski terdapat kemungkinan juga akan terciptanya budaya heterogen ataupun hibrid.

Kata kunci : Globalisasi Budaya, Miss Universe, Media, Teks, Semiotika, Nilai-Nilai, Posfeminisme, *American Dreams*.

ABSTRACT

GLOBALIZATION OF POSTFEMINISM AND AMERICAN DREAMS VALUES ON MISS UNIVERSE SHOW 2015

By

Rima Silviana Azizah

The values that carried by the organizers of Miss Universe pageant sometimes contrast with the conditions of the world and even conflict with the cultural values of some countries. But these countries actually regularly participate and the show of the pageant be the most popular than other pageants, especially in 2015. Therefore, this research aims to break down the values that contained in the Miss Universe show 2015 and explain its globalization. The relevant conceptual foundation is globalization and cultural globalization; text and media; semiotics; hierarchy of effect model; image and value; ideas, identities, and ideologies; postfeminism; and American Dreams. This research use a qualitative approach of cultural studies, which analyzes exploratively in two stages; supported by data from articles and reports and interviews with finalists of Miss Universe 2015. This reserach found that Miss Universe show 2015 contained values of postfeminism and American Dreams which globalization was carried out through three lines, namely three actors who each carried out three stages of construction such as the spread of ideas, identity formation, and ideological friction. Media is the main actor supported by Miss Universe and the finalists, and more strengthened by Miss Universe organization. These values on the one hand are images that reflect conditions of the world, but on the other hand are constructed images. Globalization aims to build awareness of the world societies and slowly change the world order. This globalization will ultimately create a homogeneous societies culture, although there is also the possibility of heterogeneous or hybrid culture.

Keywords : Cultural Globalization, Miss Universe, Media, Text, Semiotic, Values, Postfeminism, *American Dreams*.

**GLOBALISASI NILAI-NILAI POSFEMINISME DAN
AMERICAN DREAMS DALAM TAYANGAN MISS UNIVERSE 2015**

Oleh

Rima Silviana Azizah

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

Judul Skripsi : **GLOBALISASI NILAI-NILAI
POSFEMINISME DAN AMERICAN
DREAMS DALAM TAYANGAN MISS
UNIVERSE 2015**

Nama Mahasiswa : **Rima Silviana Azizah**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1416071068

Program Studi : S1 Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Dwi Wahyu Handayani, S.IP., M.Si.
NIP. 19780328 200812 2 002

Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A
NIP. 19800825 201404 1 001

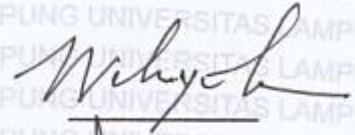
Ketua Jurusan Hubungan Internasional

Drs. Aman Toto Dwilono, M.H.
NIP. 19570728 198703 1 006

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dwi Wahyu Handayani, S.IP., M.Si.**



Sekretaris : **Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A**



Penguji : **Dr. Ari Darmastuti, M.A.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarif Makhya, M.Si.
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **09 Agustus 2018**



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung 35145

Telepon: (0721) 704626 email: pshi@fisip.unila.ac.id. Laman: <http://hi.fisip.unila.ac.id/>

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 21 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Rima Silviana Azizah
NPM 1416071068

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Rima Silviana Azizah yang dilahirkan di Kota Metro pada 29 Juni 1996. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Sugeng Wiyono dan Ibu Jauriah.



Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) PGRI Kota Metro yang diselesaikan pada tahun 2002, lalu melanjutkan ke Sekolah Dasar (SD) Negeri 02 Metro Timur yang diselesaikan pada tahun 2008, kemudian melanjutkan studi di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 04 Kota Metro yang diselesaikan pada tahun 2011, dan menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 04 Kota Metro pada tahun 2014. Penulis berhasil diterima di Universitas Lampung dan terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Hubungan Internasional melalui jalur SNMPTN pada tahun 2014. Selama menjadi mahasiswi jurusan Hubungan Internasional, penulis pernah meraih gelar juara catur putri dalam rangka Pekan Olahraga Mahasiswa Daerah (POMDA) Lampung pada tahun 2015 dan 2017. Penulis juga pernah mendapatkan penghargaan sebagai mahasiswa berprestasi Jurusan Hubungan Internasional FISIP UNILA tahun ajaran 2015/2016 dan 2017/2018. Penulis semasa kuliahnya terlibat dalam kegiatan seni tari tradisional di Jurusan Hubungan Internasional FISIP UNILA.

MOTTO

I'm a pawn that will be a queen, someday.

(Rima Silviana Azizah)

Your beauty is your power.

(Para Kaum Posfeminis)

Hard work would pay off.

(Richard Nixon – *American Dreams*)

PERSEMBAHAN

Karya ini ku persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku yang tercinta,
Ayah Sugeng Wiyono dan Ibu Jauriah

Ayuk dan adik-adikku yang terkasih,
Ria Silviani Fatimah, Laifa Qodariyanti, dan Pandu Wijaya

Pembimbing sekaligus kakak bagiku
Mas Fahmi Tarumanegara

dan Almamater yang tercinta
Jurusan Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur tak terhingga kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat, ridho, dan hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Globalisasi Nilai-Nilai Posfeminisme dan *American Dreams* dalam Tayangan Miss Universe 2015**", sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Lampung. Saya menyadari bahwa perjuangan dalam pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, beserta para Wakil Dekan.
2. Bapak Drs. Aman Toto Dwijono, M.H., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional - FISIP - Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Ari Darmastuti, M.A., selaku dosen pembahas yang telah bersedia untuk berkontribusi berbagi ide dan memberikan kritik maupun saran yang sangat bermanfaat dalam membangun skripsi ini.
4. Ibu Dwi Wahyu Handayani, S.IP., M.Si., selaku sekretaris Jurusan HI sekaligus pembimbing pertama, terima kasih banyak atas kritik, saran, arahan, motivasi, dan nasehat yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.

5. Mas Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A, sebagai pembimbing skripsi kedua sekaligus pembimbing akademik, yang telah banyak membantu dan mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membangun skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pembimbing hidup yang tidak hanya sekedar berbagi tentang ilmu dan pengetahuan akademik; tetapi juga tentang pengalaman hidup, cara beretika, cara menyikapi masalah, dan semangat yang terus diberikan untuk saya agar menjadi pribadi yang lebih kuat, berani, dan percaya diri. Semoga hubungan silaturahmi kita akan selalu tetap terjaga.
6. Seluruh jajaran dosen dan staf Jurusan Hubungan Internasional – FISIP – Universitas Lampung.
7. Kedua orang tua tercinta, Ayah Sugeng Wiyono dan Ibu Jauriah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan materil maupun non materil, serta motivasi dan didikkan untuk kerja keras dan pantang menyerah.
8. Saudari dan saudara terkasih, ayuk Ria Silviani Fatimah serta adik Laifa Qodariyanti dan adik Pandu Wijaya yang selalu memberikan doa, semangat, bantuan, dan kebahagiaan dalam hidup.
9. Para finalis Miss Universe 2015: Miss Serbia, Miss Angola, Miss Norway, Miss Singapore, Miss El Salvador, dan Miss Germany, yang telah bersedia untuk diwawancarai dan berbagi pengalaman selama mengikuti ajang Miss Universe 2015. Terima kasih pula untuk Miss Tanzania atas informasinya mengenai makna *Angel of Ivory* dan Miss Cayman Islands atas

informasinya mengenai *Cayman Carnival Batabano*, serta 19 finalis Miss Universe 2015 lainnya yang sempat merespon pesan saya.

10. Ibu Anna Morinda selaku Ketua DPRD Kota Metro sekaligus Ketua PERCASI Kota Metro dan Opung Marbun selaku Penasehat PERCASI Kota Metro, terima kasih atas doa, motivasi, dukungan, dan bantuan materilnya di akhir penyelesaian skripsi ini.
11. Grup tari *Corpous Motum Family*: Dumora, Endani, Yuni, Hani, Eka, Binanda, Oni, Azka, Mbak Tia, Kak Supran, Kak Desma, Kak Meka, Kak Deya, Kak Sisil, dan Rita; terima kasih atas doa, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Semoga kita akan tetap saling bahu-membahu dalam melakukan kebaikan.
12. Sahabat-sahabat terkasih, Dimas Dwi Santoso, Andika Prasetya, Aulia S Putri, Endani Agustina, Putri Dumora, Yuni Ardiani, Eka Supriyanti, Hanifah Az Zahra, Binanda Firsty, Biyes Nurul, dan Amalia R Palendra yang selalu hadir dan membantu dalam situasi apapun selama menjalani proses skripsi ini.
13. Dimas Dwi Santoso, Andika Prasetya, dan Aulia Septiani Putri yang telah menyumbangkan ide terkait skripsi, berbagi informasi, pengalaman, cerita, kebahagiaan, dan canda tawa selama saya melakukan penelitian terkait skripsi. Terima kasih pula atas doa, semangat, dan bantuan materil maupun non-materil yang telah diberikan.
14. Rekan-rekan seperbimbingan: *Masterpiece Squad II* (Dimas Dwi Santoso, Andika Prasetya, Anika Ayu P, Ria Aulia M, Nurika Amalia, Wawan Taryanto, dan Indah Sari), *Masterpiece Squad I* (Albertus Banu S, Riska

Syafitri, Ruzmalyda A.Z, Reza Renaldy, dan Yohana Folinza), dan *Masterpiece Squad III* (Aprilia Adhani, Irma Tata Manggala, dan Lies Deanti M.P), terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga yang saling mendukung, berbagi ide, ilmu, pengetahuan, dan kebahagiaan.

15. Teman-teman seperjuangan selama pengerjaan skripsi yang telah membantu dan memberi dukungan: Chindy Fara, Mariah Ramandisyah, Rina Junita, Puspa Puspita, Eris Ardeanto, Rima Rachmatika, Kak Samuel, Kak Reza Pahlevi, Kak Yudi, Kak Venti, Kak Nadira, Santri, Christine, Jukamia, Febrian Ahmad, Halvis, Fatma Setianingsih, Robert Rafsanjani, dan Qisti Aulia.

16. Angkatan 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017 Jurusan Hubungan Internasional yang sudah menjadi bagian dari keluarga, terima kasih telah berbagai ilmu, pengalaman, dan keceriaan selama masa perkuliahan.

17. Serta seluruh pihak yang telah membantu saat proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan secara satu per satu.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun. Saya berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna, khususnya dalam kajian Hubungan Internasional.

Bandar Lampung, 21 Juli 2018

Penulis

Rima Silviana Azizah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR SINGKATAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Globalisasi dan Globalisasi Budaya	22
2.3. Kajian-Kajian Budaya	26
2.3.1. Teks dan Media	26
2.3.2. Semiotika	28
2.3.3. <i>Hierarchy of Effect Model</i>	30
2.4. Citra dan Nilai	32
2.5. Ide, Identitas, dan Ideologi	34
2.6. Feminisme	36
2.7. <i>American Dreams</i>	41
2.8. Kerangka Pemikiran Penelitian	45
III. METODE PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Fokus Penelitian	47
3.3. Sumber Data	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5. Teknik Analisis Data	49
3.5.1. Teknik Analisis Tahap I	50
3.5.2. Teknik Analisis Tahap II	51
3.6. Sistematika Penulisan	52

IV. GAMBARAN UMUM	55
4.1. Sejarah dan Perkembangan Organisasi Miss Universe	55
4.2. Evolusi Penyelenggaraan Ajang Miss Universe	68
4.2.1. Perkembangan dan Perubahan Ajang Miss Universe	68
4.2.2. Ajang Miss Universe 2015	77
4.3. Kontribusi Miss Universe secara Global	81
4.4. Tayangan Miss Universe 2015	88
V. ANALISIS SEMIOTIKA TAYANGAN MISS UNIVERSE 2015	94
5.1. Pembacaan Semiotika Tayangan Miss Universe 2015	95
5.1.1. Sesi 1: Tayangan Pembuka Miss Universe 2015	95
5.1.2. Sesi 2: Perkenalan Finalis	98
5.1.3. Sesi 3: Keberangkatan dan Kedatangan Finalis	102
5.1.4. Sesi 4: Pengumuman Finalis 15 Besar	104
5.1.5. Sesi 5: Persaudaraan Finalis	108
5.1.6. Sesi 6: <i>Review</i> Paulina Vega (Miss Universe 2014)	110
5.1.7. Sesi 7: Pesta di Karantina	112
5.1.8. Sesi 8: Kompetisi Pakaian Renang	113
5.1.9. Sesi 9: Tanya-Jawab Finalis Lima Besar	115
5.1.10. Sesi 10: Tanya-Jawab Finalis Tiga Besar	117
5.1.11. Sesi 11: Pengumuman Miss Universe 2015	119
5.2. Nilai-Nilai Posfeminisme dalam Tayangan Miss Universe	122
5.2.1. Peran Maskulinitas VS Feminitas	122
5.2.2. Orientasi Hidup Individual VS Kolektif	126
5.2.3. Budaya Homogen VS Heterogen	128
5.2.4. Ide Modernitas VS Tradisionalitas	130
5.2.5. Sifat <i>Brotherhood</i> VS <i>Sisterhood</i>	131
5.2.6. Kelas Sosial Tinggi VS Rendah	133
5.2.7. Kehidupan Bebas VS Terikat	134
5.2.8. Peran Seksualitas Subjek VS Objek	136
5.2.9. Sifat Rasional VS Emosional	138
5.2.10. Justifikasi Menang VS Kalah	141
5.2.11. Justifikasi Benar VS Salah	142
5.2.12. Justifikasi Sempurna VS Tidak Sempurna	143
5.2.13. Anti Universalitas Pengalaman Perempuan	145
5.3. Nilai-Nilai <i>American Dreams</i> dalam Tayangan Miss Universe	148
5.3.1. Kesetaraan	148
5.3.2. Kompetitif	150
5.3.3. Kerja Keras	151
5.3.4. Demokrasi	153
VI. GLOBALISASI NILAI-NILAI Posfeminisme & <i>American Dreams</i>..	157
6.1. Pemetaan Persepsi Finalis Miss Universe 2015	157
6.2. Proses Globalisasi Nilai-Nilai Posfeminisme & <i>American Dreams</i> ..	167

VII. PENUTUP	216
7.1. Kesimpulan	216
7.2. Rekomendasi	221
7.3. Saran	223
DAFTAR PUSTAKA	225
LAMPIRAN	336
LAMPIRAN I	
Lisensi Organisasi Miss Universe	336
LAMPIRAN II	
Latar Belakang Dewan Juri Ajang Miss Universe	338
LAMPIRAN III	
Gambar Setiap Sesi Tayangan Miss Universe 2015	341
LAMPIRAN IV	
Transkrip Sesi 2: Perkenalan Finalis	347
LAMPIRAN V	
Pembacaan Makna Kostum Nasional Finalis	348
LAMPIRAN VI	
Transkrip Sesi 4: Pengumuman Finalis 15 Besar	350
LAMPIRAN VII	
Transkrip Sesi 8: Kompetisi Pakaian Renang	351
LAMPIRAN VIII	
Transkrip Sesi 9: Tanya-Jawab Finalis Lima Besar	351
LAMPIRAN IX	
Hasil Wawancara	352
LAMPIRAN X	
Tabel Rangkuman Representasi Nilai dalam Tayangan	353

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.2. Indikator Popularitas Tayangan Kontes Kecantikan <i>Grand Slam</i>	3
1.2. Indikator Popularitas Tayangan Kontes Kecantikan <i>Grand Slam</i>	5
2.1. Rangkuman Hasil <i>Literature Review</i>	21
2.2. Komparasi Ide, Identitas, dan Ideologi	36
2.3. Contoh Binarisme yang didekonstruksi Kaum Posfeminis	40
3.1. Elemen-Elemen Tayangan	51
4.1. Kepemimpinan Organisasi Miss Universe	64
4.2. Komparasi Perkembangan Organisasi Miss Universe	65
4.3. Sponsor dan Mitra Organisasi Miss Universe	67
4.4. Jumlah Negara Partisipan Ajang Miss Universe	68
4.5. Penghargaan dalam Ajang Miss Universe	75
4.6. Pemenang Miss Universe	76
4.7. Jadwal Kegiatan Finalis Miss Universe	77
4.8. Pembawa Acara, Juri, dan Bintang Tamu Miss Universe 2015	78
4.9. Pemenang Ajang Miss Universe 2015	80
4.10. Miss Universe sebagai Duta Organisasi Internasional	82
4.11. Miss Universe sebagai Duta Produk atau Jasa	84
5.1. Sesi 1: Tayangan Pembuka Miss Universe 2015	95
5.2. Sesi 2: Perkenalan Finalis Miss Universe	98
5.3. Sesi 3: Keberangkatan dan Kedatangan Finalis Miss Universe	102

5.4. Sesi 4: Pengumuman Finalis 15 Besar Miss Universe	104
5.5. Sesi 5: Persaudaraan Finalis Miss Universe	108
5.6. Sesi 6: <i>Review</i> Paulina Vega (Miss Universe 2014)	110
5.7 Sesi 7: Pesta di Karantina	112
5.8. Sesi 8: Kompetisi Pakaian Renang	113
5.9. Sesi 9: Tanya-Jawab Finalis Lima Besar	115
5.10. Sesi 10: Tanya-Jawab Finalis Tiga Besar	117
5.11. Sesi 11: Pengumuman Miss Universe 2015	119
5.12. Profesi yang Didominasi Laki-Laki dan Perempuan (2011-2015)	124
5.13. Keilmuan Laki-Laki dan Perempuan (2014 dan 2015)	125
5.14. Negara-Negara Pengguna Bahasa Inggris	129
5.15. Komparasi Modernitas dan Tradisionalitas	130
5.16. Organisasi dengan Karakteristik <i>Brotherhood</i> dan <i>Sisterhood</i>	132
5.17. Persentase Keterlibatan Perempuan di beberapa Bidang	135
5.18. Negara yang Melegalkan Prostitusi	137
5.19. Negara dengan Pemimpin Perempuan di Majelis	139
5.20. Perempuan dalam Parlemen, Pendidikan, dan Angkatan Kerja	149
5.21. Komparasi Tenaga Kerja Laki-Laki dan Perempuan	150
5.22. Rezim Negara di Dunia dan Partisipasi Miss Universe 2015	153
5.23. Unsur-Unsur Demokrasi di berbagai Rezim	153
6.1. Kesimpulan Hasil Opini Finalis Miss Universe 2015	163
6.2. Komparasi Demokrasi ala Amerika dan Demokrasi ala Eropa	165
6.3. Kontribusi Miss Universe dan Para Finalis Miss Universe 2015	178
6.4. Komparasi Sebelum dan Sesudah Hadirnya Lisensi MUO	192

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Semiotika Roland Barthes	29
2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian	45
3.1. Model Semiotika Roland Barthes	50
4.1. Logo Miss Universe	59
4.2. Hak Lisensi Organisasi Miss Universe	66
4.3. Kompetisi dalam Ajang Miss Universe	69
4.4. Keterlibatan Penilaian Miss Universe	71
4.5. Kebangsaan Dewan Juri Miss Universe 1952-2017	72
4.6. Perbedaan Profesi Dewan Juri Miss Universe	74
4.7. Komparasi Seks Dewan Juri Miss Universe 1952-2017	74
4.8. Sesi 1: Tayangan Pembuka Miss Universe 2015	88
4.9. Sesi 2: Perkenalan Finalis	89
4.10. Sesi 3: Keberangkatan dan Kedatangan Finalis	89
4.11. Sesi 4: Pengumuman Finalis 15 Besar	90
4.12. Sesi 5: Persaudaraan Finalis	90
4.13. Sesi 6: <i>Review</i> Paulina Vega (Miss Universe 2014)	91
4.14. Sesi 7: Pesta di Karantina	91
4.15. Sesi 8: Kompetisi Pakaian Renang	92
4.16. Sesi 9: Tanya-Jawab Finalis Lima Besar	92
4.17. Sesi 10: Tanya-Jawab Finalis Tiga Besar	93

4.18. Sesi 11: Pengumuman Miss Universe 2015	93
5.1. Jumlah Pekerja Perempuan dan Laki-Laki (2015)	123
5.2. Dekonstruksi Oposisi Biner Peran Maskulinitas VS Feminitas	126
5.3. Dekonstruksi Oposisi Biner Orientasi Hidup Individual VS Kolektif	128
5.4. Dekonstruksi Oposisi Biner Budaya Homogen VS Heterogen	129
5.5. Dekonstruksi Oposisi Biner Ide Modernitas VS Tradisionalitas	131
5.6. Dekonstruksi Oposisi Biner Sifat <i>Brotherhood</i> VS <i>Sisterhood</i>	133
5.7. Komparasi Kemiskinan Laki-Laki dan Perempuan (2012-2015)	133
5.8. Dekonstruksi Oposisi Biner Kelas Sosial Tinggi VS Rendah	134
5.9. Dekonstruksi Oposisi Biner Kehidupan Bebas VS Terikat	136
5.10. Dekonstruksi Oposisi Biner Peran Seksualitas Subjek VS Objek	138
5.11. Representasi Perempuan di Majelis Rendah	139
5.12. Dekonstruksi Oposisi Biner Sifat Rasional VS Emosional	140
5.13. Dekonstruksi Oposisi Biner Justifikasi Menang VS Kalah	142
5.14. Dekonstruksi Oposisi Biner Justifikasi Benar VS Kalah	143
5.15. Dekonstruksi Oposisi Biner Justifikasi Sempurna VS Tidak Sempurna.	145
5.16. Anti Universalitas Pengalaman Perempuan	148
5.17. <i>American Dreams</i> : Kesetaraan	150
5.18. <i>American Dreams</i> : Kompetitif	151
5.19. <i>American Dreams</i> : Kerja Keras	153
5.20. <i>American Dreams</i> : Demokrasi	156
6.1. Jangkauan Tayangan Miss Universe 2015	169
6.2. Lisensi Organisasi Miss Universe	185
6.3. Tahapan Globalisasi Nilai-Nilai Posfeminisme & <i>American Dreams</i>	202

DAFTAR SINGKATAN

ABS-CBN	: Alto Broadcasting System – Chronicle Broadcasting Network
AIDS	: Acquired Immuno Deficiency Syndrome
AS	: Amerika Serikat
AU	: Australia
BE	: Belgium
BNN	: Badan Narkotika Nasional
BR	: Brazil
CBS	: Columbia Broadcast System
CIA	: Central Intelligence Agency
CO	: Colombia
CW	: Curacao
Dept	: Department
DIC	: Diamonds International Corporation
DJ	: Disc Jockey
DO	: Dominican Republic
FAO	: Food and Agriculture Organization
FE	: Fakultas Ekonomi
FR	: France
HAM	: Hak Asasi Manusia
HIV	: Human Immunodeficiency Virus
IGO	: International Governmental Organization

IPMI : Ikatan Perancang Mode Indonesia

JP : Japan

ITT Corp : International Telephone & Telegraph Corporation

KEIN : Komite Ekonomi Industri Nasional

Kemendag : Kementerian Perdagangan

Kemendikbud : Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Kemenpar : Kementerian Pariwisata

Kemenperin : Kementerian Perindustrian

Kemenpora : Kementerian Pemuda dan Olahraga

Kemenpppa : Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

Kep : Kepulauan

KKP : Kemeterian Kelautan dan Perikanan

KPK : Komisi Pemberantasan Korupsi

LGBT : Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender

Menlhk : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan

MNC : Multinational Corporation

MUO : Miss Universe Organization

MX : Mexico

NGO : Non-Governmental Organization

NBC : National Broadcasting Company

Org : Organization

PH : Philippines

PSK : Pekerja Seks Komersial

Rep : Republic / Republik

STD	: Sexual Transmitted Diseases
STEM	: Science, Technology, Engineerign, and Mathematic
SOGIE	: Sexual Orientation, Gender Identity and Expression
Tbk	: Terbuka
TNT	: Turner Television
TV	: Television / Televisi
UI	: Universitas Indonesia
UN	: United Nations
UNAIDS	: United Nations Children’s Fund
UNFPA	: United Nations Fund for Population Activities
USA	: United States of America
VE	: Venezuela
VS	: Versus
VTV	: Vietnam Television
WME/IMG	: William Morris Endeavor / International Management Group
ZA	: South Africa

I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi budaya adalah suatu fenomena yang didukung oleh peran dari media, baik media elektronik maupun media cetak. Media berperan sebagai wadah persebaran teks-teks budaya dalam globalisasi budaya. Teks-teks budaya dapat berupa tulisan, gambar, musik, segala aktivitas, termasuk pula tayangan televisi yang mencakup berita, edukasi, film, dan tayangan hiburan seperti kontes kecantikan. Tayangan kontes kecantikan yang tersebar ke berbagai negara di dunia menampilkan citra yang mengandung nilai-nilai dari budaya tertentu, sehingga berpotensi mempengaruhi kehidupan dan cara berpikir masyarakat dunia yang menyaksikannya, serta menjadi arena bagi kepentingan politik dan ideologi.¹

Objek Kajian Budaya Global seperti citra dan nilai dalam media yang salah satunya tayangan; awalnya belum dikaji atau masih diperdebatkan posisinya dalam Ilmu Hubungan Internasional. Ilmu Hubungan Internasional yang awalnya fokus mengkaji aspek keamanan, politik, militer, dan ekonomi, kini semakin membuka ruang bagi aspek lain. Aspek budaya mulai diperhitungkan karena dianggap sebagai perwujudan *soft power* dan *symbolic power* yang memiliki kemampuan untuk meyakinkan pihak lain melalui nilai-nilai maupun ide-ide, dan

¹ Diolah dari: <https://tomorrowworld.org/magazines/2003/january-february/how-the-media-mold-the-world>, pada 26 Mei 2017, pukul 01:02 WIB dan Chris Barker. 2013. *Cultural Studies, Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

tanpa kekerasan ataupun dengan penggunaan kapabilitas ekonomi dan militer.² Keberhasilan *symbolic power* berlaku di berbagai kasus, contohnya Amerika Serikat (AS) dengan produksi film *Hollywoodnya*, *The Body Shop* menyebarkan standar produk kecantikan yang alami, dan tayangan seperti film *Barbie* yang mempengaruhi citra perempuan, termasuk juga kontes kecantikan internasional.

Kontes kecantikan internasional yang dihadiri oleh berbagai negara dengan masing-masing perwakilannya, membawa kepentingan negara yang diwakilinya. Para kontestan dapat menjadi alat untuk memperkuat hubungan antar negara, meningkatkan kerja sama sosio-kultural, mempromosikan kepentingan nasional, mendorong perdamaian dan stabilitas dunia, bahkan rekonsiliasi suatu negara.³ Dengan demikian, kontes kecantikan internasional adalah sarana yang sangat menguntungkan bagi interaksi dan komunikasi antar negara di dunia.

Keuntungan lainnya yang didapatkan oleh negara-negara partisipan dari kontes kecantikan internasional adalah ketika kontes tersebut ditayangkan. Tayangan kontes kecantikan dapat digunakan sebagai wahana untuk melakukan diplomasi budaya. Ketika tayangan tersebut disiarkan secara global, negara-negara partisipan dapat menjadikannya sebagai wadah untuk konstruksi citra, ide, dan nilai agar dapat diikuti oleh masyarakat dunia yang menyaksikannya.

Berbagai kontes kecantikan yang diselenggarakan secara tahunan hingga saat ini, bukan merupakan hal yang baru. Sejarah mencatat bahwa kontes kecantikan telah hadir sejak tahun 1621 di berbagai wilayah di dunia. Kontes kecantikan dalam sejarahnya memiliki tujuan yang berbeda-beda; seperti: ajang

² Yulius Purwadi Hermawan Ph.D & Ratih Indraswari MA. 2014. *Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara* (Penelitian Pengabdian Masyarakat). Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

³ Diakses melalui: http://culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy, pada 22 Mei 2017, pukul 23:41 WIB.

untuk menentukan wanita tercantik di Tiongkok, sebagai acara hiburan di kota Troy, ataupun sebagai ajang pemilihan istri di Turki. Kontes-kontes tersebut umumnya bersifat domestik. Kontes kecantikan bertaraf internasional di era modern mulai bermunculan khususnya sejak tahun 1950. Perkembangan ini diawali dengan munculnya ajang Miss World sebagai kontes pakaian bikini yang didirikan oleh Eric Morley di Inggris pada tahun 1951. AS di tahun berikutnya mendirikan kontes kecantikan yang kemudian dikenal sebagai Miss Universe.⁴ Sejak kemunculan dua ajang ini, berbagai kontes kecantikan internasional mulai bermunculan yang didirikan masyarakat maupun perusahaan hiburan di dunia.

Tabel 1.1. Kontes Kecantikan Internasional⁵

Kontes Kecantikan	Pemilik	Kontes Kecantikan	Pemilik
Miss Globe International	Turki (1925)	Miss United Continents	Ekuador (2006)
Miss World	Inggris (1951)	Miss Princess of the World	Ceko (2006)
Miss Universe	AS (1952)	Miss Summer International	Bulgaria (2008)
Miss International	Jepang (1960)	Miss Supranational	Panama (2009)
Miss Intercontinental	Panama (1971)	Miss Globe	Kanada (2010)
World Miss University	Korsel (1986)	Miss Progress International	Italia (2010)
Miss Galaxy	AS (1988)	Miss Global International	Jamaika (2010)
Miss All Nation	Singapura (1989)	Miss Freedom of the World	Kosovo (2011)
Miss Tourism Queen Int.	Singapura (1993)	Miss Multiverse	Belanda (2011)
Miss Tourism Int.	Malaysia (1994)	Miss Scuba International	Malaysia (2011)
Miss Tourism Planet	Yunani (1999)	Miss Heritage International	Zimbabwe (2011)
Miss Tourism World	Inggris (2000)	Miss Diversity Culture Int.	Selandia B (2012)
Miss Tourism Universe	Lebanon (2000)	Miss Grand International	Thailand (2013)
Miss Earth	Filipina (2001)	Miss Universal Peace & Humanity	Lebanon (2014)
Miss Humanity Int.	Barbados (2003)	Miss Planet	Georgia (2015)

Keterangan Kawasan: Amerika, Eropa, & Australia Asia & Afrika
 Sumber: OMICS International

Dari 30 kontes kecantikan internasional yang hadir di dunia saat ini, kawasan Asia dan kawasan Eropa tercatat memiliki kontes kecantikan internasional terbanyak, atau setidaknya 10 ajang di masing-masing kawasan. Kemudian di susul dengan kawasan Amerika yang jumlah kepemilikan kontes kecantikan internasionalnya tidak jauh berbeda dengan dua kawasan sebelumnya, yaitu dengan jumlah delapan

⁴ Diolah dari: <http://florida-beauty-pageants.com/> dan Hermansyah. 2011. *Kontes Kecantikan Dan Eksploitasi Perempuan dalam Media*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, pada 26 April 2017, pukul 23.00 WIB.

⁵ Diakses melalui: http://research.omicsgroup.org/index.php/List_of_beauty_contests, pada 06 Mei 2017, pukul 19:37 WIB.

ajang. Sementara di Afrika dan Australia masing-masing hanya menggelar satu kontes kecantikan internasional.

Kontes kecantikan internasional yang telah hadir tidak semuanya dapat mempertahankan eksistensi dan pengaruhnya di dunia. Tercatat hanya beberapa kontes kecantikan internasional yang masuk ke dalam kategori *Grand Slam of International Beauty Pageant* atau kontes kecantikan utama di dunia, yaitu: Miss Universe, Miss World, Miss International, Miss Supranational, dan Miss Grand International.⁶ Di antara kontes *Grand Slam* tersebut, Miss Universe menjadi kontes kecantikan yang dipandang lebih populer oleh masyarakat dunia. Hasil *voting* yang dilakukan melalui *website* Pageant Community terhadap masyarakat dunia, menunjukkan bahwa 53,47% masyarakat dari berbagai negara memilih Miss Universe, sedangkan 46,53% masyarakat dunia memilih Miss World.⁷

Miss Universe sebagai kontes kecantikan internasional yang populer di dunia ditayangkan secara langsung di seluruh negara di kawasan Amerika Utara dan Australia, serta hampir di seluruh negara di kawasan Afrika, Amerika Latin, Eropa, dan Asia. Tayangan tersebut disiarkan melalui berbagai media, yang salah satunya oleh Fox International Channels yang merupakan jaringan TV kabel terluas di dunia.⁸ Meskipun jumlah media yang menayangkan ajang Miss Universe dan ajang Miss World hampir sama, namun kontes kecantikan Miss Universe lebih unggul dalam media sosial. Jumlah penonton *grand final* Miss Universe 2015 melalui akun *youtube* resmi Organisasi Miss Universe mencapai tujuh kali lipat lebih banyak dibanding ajang Miss World dan dua kali lipat lebih

⁶ Diakses melalui: <http://globalbeauties.com/blog/about-gb/>, pada 12 Mei 2017, pukul 03:29 WIB.

⁷ Diakses melalui: <https://thegreatpageantcommunity.com/2014/01/04/which-is-your-favorite-miss-universe-pageant-or-miss-world-pageant/>, pada 11 Mei 2017, pukul 08:52 WIB.

⁸ Diakses melalui: <http://newswire.ca/news-releases/space-ctv-and-fox-international-channels-order-season-2-of-the-listener-538997031.html>, pada 12 Juni 2017, pukul 13:34 WIB.

banyak dibanding ajang Miss International. Bahkan jumlah *followers* di berbagai akun media sosial Organisasi Miss Universe seperti *instagram*, *twitter*, dan *facebook*, mencapai delapan kali lipat dibanding dua ajang tersebut.

Tabel 1.2. Indikator Popularitas Tayangan Kontes Kecantikan *Grand Slam*

Indikator	Miss Universe	Miss World	Miss International
Saluran Televisi	ABS-CBN, Fox, Azteca, TV5, GMA Network, Solar Entertainment, Indosiar, ENC 6, Global Feed Main, 7 Network, RCN, Telemicro, Intrasa, Medcom, Sociedade Independente De Comunicacao, S.A. Lahat ng channels, Channel 7, Channel 5, ETC channel, TNT Latin America, Star World Asia, Paris Premiere, VTV, Venevision, Rede Bandeirantes, Televisa, Caracol, Sling TV, CBS, NBC, Telemundo, CH.3SD, Mediacorp TV, DirecTV Now, PlayStation Vue, dan Netflix.	LBC, ZAP, Telemundo, Channel 3, E! Entertainment, SIC, Direct TV, Unitel, TVCOM, Bostwana Television, RCTI, TV3, Phonix TV, VTV, FBC, RTG 1, GMA, Channel 2, GBC, Zee, SABC, France Television, MBC, SBC, Silverbird, Televisa, Canal 2, MNC Television, Medcom, Paris Premiere, Canal Uno, UAB, Lietuvos Rytotelevizija, Kopala TV, Hang Meas HD TV, London Live, Millenium Television Ghana, Bec-Tero, Companiatelevisora Hondurena, Marjan TV, Royal Media Group, & Venevision.	Niconico, Play Station Network, dan Star World Network.
Live Streaming (Youtube)	2 juta views (2015)	233.000 views (2015)	828.000 views (2015)
Sosial Media (Followers)	Instagram: 2,4 juta Twitter: 868.000 Facebook: 8.580.508	Instagram: 155.000 Twitter: 75.200 Facebook: 3.131.122	Instagram: 221.000 Twitter: 13.000 Facebook: 336.482

Sumber: Akun media sosial Miss Universe, Miss World, dan Miss International

Tabel di atas menunjukkan ajang Miss Universe lebih populer dibanding Miss World dan ajang lainnya. Kepopularitasan ajang Miss Universe menjadikan tayangan ajang tersebut yang menampilkan citra tertentu, berpotensi membuka ruang konstruksi agar diikuti nilai-nilainya oleh masyarakat dunia.

Nilai-nilai yang dihadirkan oleh organisasi Miss Universe mengalami pergeseran seiring berjalannya waktu. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh kepemilikan atas organisasi tersebut yang beberapa kali mengalami pergantian. Organisasi ini tercatat telah berganti kepemilikan mulai sejak dikelola oleh Pacific Knitting Mills yang pertama kalinya mengadakan ajang Miss Universe sebagai acara *Bathing Beauty*; lalu berpindah pada Kayser-Roth Corp yang menambahkan sesi kompetisi selain pakaian renang yaitu sesi wawancara, kostum nasional, gaun malam, hingga *preliminary competition*; kemudian beralih pada Gulf & Western

Industries yang menggelar sesi serupa seperti yang dilakukan Kayser-Roth Corp; demikian pula saat berada pada kepemilikan ITT Corp; hingga beralih pada pengusaha AS - Donald Trump yang menambah sesi *final look* di malam *grand final*; dan akhirnya dibeli oleh WME/IMG yang menggelar semua sesi tersebut dalam ajang.⁹ Dengan demikian, ajang Miss Universe mengalami pergeseran dari sekedar persaingan fisik menjadi persaingan fisik yang disertai dengan kecerdasan dan perilaku baik kaum perempuan, juga menjadi persaingan citra negara. Meski demikian, esensi dari ajang tersebut tidak berubah. Hal ini dapat dilihat dari sesi pakaian renang yang tetap hadir menjadi bagian kompetisi hingga saat ini.

Ajang Miss Universe yang menampilkan pergeseran citra dari tentang kecantikan perempuan menjadi tentang peran perempuan, berpotensi menyimpan nilai-nilai tertentu. Nilai-nilai tersebut diklaim organisasi Miss Universe sejalan dengan tujuannya, yaitu untuk pemberdayaan dan memajukan kaum perempuan, membantu perempuan lebih percaya diri, dapat mengembangkan potensi diri, dan meningkatkan representasi di berbagai bidang karir. Tujuan tersebut hadir untuk mewujudkan misi organisasi ini yang ingin membuat perempuan keluar dari zona nyamannya dan turut serta melakukan perubahan hingga lingkup global.¹⁰

Meski demikian, di sisi lain nilai-nilai yang di usung dalam ajang Miss Universe terkadang kontras dengan realita dunia saat ini dan bahkan kontras dengan kondisi kehidupan di beberapa negara partisipan. Sebagai contohnya yaitu Indonesia dan Malaysia yang penduduknya mayoritas muslim dan menentang kompetisi pakaian renang, justru rutin mengirimkan perwakilannya di ajang Miss

⁹ Diolah dari: Arba' Inda Fajarini dan M. Ali Haidar. 2014. *Kontroversi Miss Indonesia Tahun 1982-1984*. Surabaya: *Avatara e-Journal Pendidikan Sejarah*. Vol.2, No.3, 2014; missosology.info/forum/; dan revolv.com/topic/Miss%20Universe&item_type=topic, pada 05 September 2017, pukul 02:44 WIB.

¹⁰ Diakses melalui: <https://www.missuniverse.com/about>, pada 11 Mei 2017, pukul 15:52 WIB.

Universe. Kemudian Italia yang sejak tahun 2012 mulai mengancam kompetisi pakaian renang, justru masih tetap rutin mengirimkan perwakilannya hingga saat ini. Demikian pula Belgia, Spanyol, Portugal, dan Australia yang sebenarnya melarang kaum perempuan menggunakan pakaian renang khususnya bikini, namun kenyataannya rutin berpartisipasi dalam ajang Miss Universe.¹¹

Meskipun terdapat nilai-nilai yang berpotensi bertentangan dengan kondisi kehidupan di negara partisipan, kenyataannya ajang Miss Universe semakin diminati. Negara yang berpartisipasi justru relatif bertambah setiap tahunnya. Sebagai contoh di tahun 2016, untuk pertama kalinya Sierra Leone bergabung dan beberapa negara kembali berpartisipasi seperti: Antigua dan Barbuda, Azerbaijan, Barbados, Belize, Guam, Islandia, Kazakhstan, Malta, Namibia, Slovenia, Sri Lanka, St. Lucia, Swiss, Trinidad dan Tobago, Kep. Turks dan Caicos, dan Kep. Virgin AS. Demikian pula di tahun 2017 yang memiliki partisipan baru, yaitu Kamboja, Laos, dan Nepal.¹² Negara partisipan jumlahnya meningkat drastis dari sejumlah 30 negara diawal berdirinya ajang, kini mencapai 92 negara partisipan.

Negara-negara partisipan yang sebagian memiliki latar belakang budaya berbeda dengan nilai-nilai yang dijunjung penyelenggara ajang Miss Universe, justru mengadopsi standar-standar ajang tersebut. Indonesia adalah salah satu negara yang awalnya menentang dan melarang warga negaranya mengikuti kontes kecantikan, namun saat ini justru mengirim perwakilannya melalui ajang Puteri Indonesia secara rutin sejak tahun 2005. Ajang ini juga menggunakan standar

¹¹ Diolah dari: liputan6.com/news/read/2169986/kontroversi-bikini-di-malam-final-miss-universe, patheos.com/blogs/mmw/2013/08/miss-malaysia-not-for-muslims/, criticalbeauty.com/2012/08/miss-italy-pageant-dumps-bikini.html, dan chamorritaswimwear.com/blogs/meet-the-talent?page=2, pada 22 Mei 2018, pukul 15:15 WIB.

¹² Diolah dari: indonesianpageants.com/international/miss-universe/miss-universe-2016-53-negara-sudah-terdaftar-sebagai-kontestan-dengan-tinggi-di-atas-rata-rata/ dan rappler.com/home-and-parenting/196930-ofws-love-knows-no-distance, pada 17 Mei 2018, pukul 11:21 WIB.

ajang Miss Universe dalam menilai finalisnya yang harus memenuhi kriteria yaitu *beauty, brain, and behaviour*. Ajang ini menerapkan pula penggunaan *voting* dari masyarakat untuk menentukan kontestan yang layak masuk ke babak selanjutnya sejak tahun 2016 dan melibatkan juri yang berasal dari pemenang Miss Universe. Bahkan beberapa pemenang Puteri Indonesia melakukan sesi pemotretan mengenakan bikini yang secara resmi atas perintah Yayasan Puteri Indonesia pada tahun 2017. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Indonesia perlahan mulai mengadopsi standar-standar organisasi Miss Universe. Tidak hanya Indonesia, negara lain seperti Rusia, Tiongkok, Jepang, Thailand, Filipina, Malaysia, Myanmar, dan Guam, bahkan menyelenggarakan sesi pakaian renang layaknya ajang Miss Universe. Sebagian besar kontes kecantikan di berbagai negara juga menerapkan penggunaan gaun malam saat ajang berlangsung.¹³ Beberapa contoh ini merupakan hal-hal yang ditampilkan dalam tayangan Miss Universe.

Fakta-fakta di atas menunjukkan bahwa negara-negara yang memiliki latar belakang budaya berbeda, lambat laun mengadopsi standar organisasi Miss Universe. Dengan demikian hal ini menandakan adanya konstruksi nilai-nilai yang dibawa baik oleh tayangan maupun organisasi tersebut ke berbagai negara di dunia. Negara-negara yang memiliki nilai-nilai yang bertentangan dengan organisasi Miss Universe yang seharusnya tidak berpartisipasi dengan ajang tersebut kenyataannya justru semakin rutin berpartisipasi; dan media yang terlibat untuk menayangkan ajang Miss Universe padahal tidak lebih banyak

¹³ Diolah dari: Arba' Inda Fajarini dan M. Ali Haidar. 2014. *Kontroversi Miss Indonesia Tahun 1982-1984*. Surabaya: UNS. *Avatara e-Journal Pendidikan Sejarah*. Vol. 2, No 3, 2014; rappler.com/indonesia/gaya-hidup/165724-fakta-malam-puncak-pemilihan-puteri-indonesia-2017, kapanlagi.com/showbiz/selebri/pemotretan-di-pantai-top-4-puteri-indonesia-cantik-pakai-bikini-d99479.html; [instagram.com /miss_russia_org/](https://www.instagram.com/miss_russia_org/); [/missuniversechina/](https://www.instagram.com/missuniversechina/); [/missuniversejapan/](https://www.instagram.com/missuniversejapan/); [/missuniversethailand/](https://www.instagram.com/missuniversethailand/); [/bbpilipinasofficial/](https://www.instagram.com/bbpilipinasofficial/); [/missuniversemalaysia/](https://www.instagram.com/missuniversemalaysia/); [/missuniversemyanmar/](https://www.instagram.com/missuniversemyanmar/); dan [/missuniverseguam/](https://www.instagram.com/missuniverseguam/); pada 17 Mei 2018, pukul 11:30 WIB.

dibandingkan ajang Miss World, tetapi kenyataannya ajang Miss Universe lebih banyak disaksikan dan lebih populer di kalangan masyarakat dunia.

Tayangan Miss Universe yang populer dan menarik bahkan menjadi semakin diminati oleh masyarakat dunia yang juga menjadi target penontonnya. Penonton tersebut berpotensi dikonstruksi oleh citra yang mengandung nilai-nilai yang ingin diglobalkan melalui tayangan, seperti pada penggunaan bikini, gaun malam, dan pengonsumsi alkohol. Citra tersebut berpeluang akan bertentangan dan mengikis budaya sebagian masyarakat dunia. Dengan demikian ini semakin memperlihatkan bahwa teks budaya yaitu tayangan berisi citra yang mengandung ide dan nilai tersembunyi berupa makna dari teks tayangan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Tayangan Miss Universe 2015 ditayangkan hampir ke seluruh negara di dunia dengan lebih luas dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dengan demikian, masyarakat dunia yang berpotensi akan terkonstruksi oleh citra yang ditampilkan dalam tayangan tersebut akan semakin besar. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya ingin mengetahui apa saja nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015, melainkan juga bagaimana proses nilai-nilai tersebut diglobalkan. Maka pertanyaan dari penelitian ini adalah **“Bagaimana globalisasi nilai-nilai di balik citra tayangan Miss Universe 2015?”**

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan nilai-nilai yang tersembunyi dalam tayangan Miss Universe 2015.

2. Mendeskripsikan proses globalisasi nilai-nilai dalam tayangan Miss Universe 2015.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi akademisi Hubungan Internasional yang akan melakukan kajian gender khususnya posfeminisme, dan penggunaan media populer dalam globalisasi budaya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi pemerintah dan pihak terkait dalam menyusun strategi untuk menciptakan citra positif negara melalui kontes kecantikan. Selanjutnya diharapkan dapat menyadarkan masyarakat dunia bahwa tayangan kontes kecantikan yang selama ini dianggap hanya sekedar tayangan hiburan sebenarnya bisa mengandung unsur politis dari berbagai pihak yang terkait untuk mengkonstruksi ide, identitas, dan bahkan ideologi. Kemudian diharapkan dapat menyadarkan berbagai lembaga ataupun aktivis gender untuk berlaku adil baik terhadap laki-laki maupun perempuan.

II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang beberapa penelitian terdahulu, landasan konseptual, dan kerangka pemikiran penelitian. Penelitian ini akan menggunakan perspektif konstruktivisme untuk membaca tanda-tanda dalam tayangan Miss Universe yang dikonstruksi, serta proses globalisasi penyebarannya.

Konstruktivisme menaruh perhatiannya pada pengetahuan atau kesadaran manusia dan tempatnya dalam menyikapi masalah dunia. Konstruktivisme menolak keharusan untuk fokus pada hal material karena dalam hubungan internasional, yang menjadi aspek terpenting adalah pada aspek sosial dan bukan material.¹⁴ Bagi konstruktivisme, aspek sosial adalah dasar suatu relasi hubungan internasional, sehingga perlu terbentuknya pengetahuan dan kesadaran manusia bahwa dalam memahami dunia yaitu melalui intersubjektivitas ide dan keyakinan.

Konstruktivisme meyakini bahwa segala sesuatu yang contohnya adalah sistem internasional, tidak hadir dengan sendirinya. Sistem tersebut terbentuk karena adanya gagasan, dan bukan karena kekuatan materil semata. Hal tersebut adalah penemuan atau ciptaan manusia yang bersifat intelektual dan ideasional. Konstruktivisme yang menekankan pada konstruksi realita sosial, mengemukakan bahwa suatu konstruksi dapat dilakukan karena adanya seperangkat gagasan, pemikiran, dan sistem norma yang telah diatur oleh aktor tertentu pada waktu dan

¹⁴ Robert Jackson & Georg Sørensen. 2013. *Introduction to International Relations: theories and approaches*. 5th ed. United Kingdom: Oxford University Press.

tempat tertentu.¹⁵ Dapat disimpulkan bahwa segala sesuatu yang ada di dunia bukanlah hal yang murni, melainkan hasil dari bentukan manusia karena manusia memiliki gagasan dan pemikiran.

Segala sesuatu yang terlibat dalam dunia sosial dengan begitu adalah hasil konstruksi. Dunia sosial adalah dunia yang berisi teks, bahasa, dan wacana, berupa tanda, sinyal, dan pemahaman di antara manusia. Bagi konstruktivisme dalam menganalisis aksi sosial tersebut diperlukan penggunaan pemahaman interpretatif (*verstehen*) seperti yang dikemukakan oleh Max Weber,¹⁶ yang menekankan adanya pemahaman interpretatif untuk mengetahui konstruksi-konstruksi yang terjadi pada dunia sosial.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini akan menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan acuan. Pentingnya penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui berbagai dampak dari kontes kecantikan terhadap masyarakat global dan memetakan keunikan penelitian. Beberapa penelitian tersebut diantaranya adalah karya ilmiah dari Meng Zhang, Alicia Rodriguez Battistoni, Mariko Hamashima, dan Dharmapal B. Fulzele.

Karya ilmiah yang pertama adalah disertasi karya Meng Zhang, yang berjudul “*Beauty Pageants in Neoliberal China: a Feminist Media Study of Feminine Beauty and Chinese Culture*”. Latar belakang dilakukannya penelitian tersebut karena dalam kajian budaya, objek kontes kecantikan kurang mendapat perhatian dari akademisi dalam karya ilmiah dan tulisan feminis Hubungan

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

Internasional. Hal ini didukung pula karena terdapat praktik budaya dan implikasi kontes kecantikan di Tiongkok. Kontes kecantikan menjadi *platform* bagi pengkaji media dan feminis untuk meneliti konstruksi sosial dan budaya dalam gender dan feminitas, representasi ras, kelas, bangsa, dan kekuasaan.¹⁷

Penelitian Zhang menggunakan teori komunikasi massa berdasarkan perspektif feminis dan konsep seperti kecantikan, globalisasi, peran media, dan konsumerisme. Zhang dalam penelitiannya mengadopsi pendekatan kualitatif eksploratif dengan logika induktif, serta menggunakan tiga metode penelitian, yaitu: analisis tekstual, grup fokus, dan wawancara mendalam. Analisis tekstual digunakan untuk menganalisis teks media dari kontes kecantikan Tiongkok yang mengandung pesan dan makna simbolis tentang gender, kecantikan, dan budaya. Fokus grup dilibatkan untuk melihat persepsi publik tentang kontes kecantikan Tiongkok, sedangkan wawancara mendalam berguna untuk mengetahui perspektif dan pengalaman hidup para mantan finalis kontes Miss World Tiongkok.¹⁸

Penelitian yang fokus pada fenomena kontes kecantikan Tiongkok tersebut erat dengan ideologi neoliberal yang memberi perhatian khusus pada peran media, konsumerisme kapitalis, serta globalisasi dalam membangun identitas gender dan ideologi kecantikan perempuan Tiongkok. Zhang dalam penelitiannya bertujuan meneliti ideologi dan cita-cita Tiongkok kontemporer tentang kecantikan melalui fenomena kontes kecantikan; dan hubungan antara kecantikan dan wacana gender, dinamika kelas, identitas nasional, dan konsumerisme global.¹⁹

¹⁷ Meng Zhang. 2013. *Beauty Pageants in Neoliberal China: a Feminist Media Study of Feminine Beauty and Chinese Culture*. USA: University of Florida.

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ *Ibid*

Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kontes kecantikan merupakan media visual yang ditata untuk menjadikan tubuh perempuan sebagai objek pandangan laki-laki, yang dapat mereproduksi budaya dominan dan memperkuat bentuk identitas patriarki. Zhang juga berpendapat bahwa kontes kecantikan telah menciptakan homogenitas kriteria dalam menilai kecantikan. Tiongkok harus mengadopsi standar kecantikan Barat agar diperhitungkan dalam kontes kecantikan internasional dan agar menciptakan visualisasi yang baik dalam tayangan. Kontes kecantikan Tiongkok meskipun mengadopsi elemen visual kontes Barat yang menonjolkan keindahan fisik, namun tetap memasukkan pesan budaya ideologi komunis yaitu pentingnya *inner quality* (talenta, keterampilan, kecerdasan) dalam kecantikan yang ideal.

Temuan lain Zhang yaitu adanya unsur komersial berupa ketergantungan pada sponsor seperti media, *real estat*, perusahaan *fashion*, dan perhiasan dalam kontes kecantikan Tiongkok, dimana kecantikan perempuan digunakan sebagai alat untuk penjualan produk sponsor. Meski demikian, kontes kecantikan ternyata berdampak pada peningkatan status sosial dan ekonomi kontestan. Kontes kecantikan dimanfaatkan oleh kontestan untuk memiliki gaya hidup kelas atas, mendapatkan masa depan yang cerah, bahkan sebagai batu loncatan untuk berkarir dalam industri hiburan dan mode. Zhang berpendapat bahwa media dapat memainkan pengaruh kuat dalam membentuk persepsi tentang kecantikan dan gaya hidup perempuan Tiongkok.²⁰

Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah sama-sama melakukan analisis kontes kecantikan, peran media dalam

²⁰ *Ibid*

konstruksi sosial, dan dampak kontes kecantikan bagi suatu negara. Sedangkan keunikan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu membaca segala elemen yang hadir dalam tayangan, sehingga tidak hanya fokus pada membaca tanda berupa fisik perempuan seperti pada penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian ini melihat dampak kontes kecantikan secara global, dan melakukan wawancara kepada mantan finalis kontes kecantikan internasional dari berbagai negara.

Karya ilmiah yang kedua adalah disertasi karya Alicia Rodriguez Battistoni, dengan judul “*Miss America is No Ideal: The Repercussions of One Beauty*”. Latar belakang dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk melihat fenomena kontes kecantikan Miss America yang memiliki dampak secara global. Kontes kecantikan tersebut telah mengilhami berbagai kontes kecantikan internasional lainnya, dan standar kecantikan yang ditetapkan juga diterapkan oleh kontes kecantikan di berbagai negara.²¹

Battistoni menggunakan beberapa konsep dalam penelitiannya yaitu peran gender, feminisme kulit hitam, globalisasi, konsumerisme, kecantikan ideal, dan peran media. Sedangkan metodologi penelitian yang digunakan adalah observasi melalui video, pada *youtube channel* Organisasi Miss America, dan studi pustaka dari berbagai literatur tentang kontes kecantikan, khususnya Amerika. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui evolusi dan dampak kontes kecantikan Amerika secara global, rasisme dalam kontes, dan peran media dalam menyebarkan standar kecantikan Barat.²²

Temuan *pertama* dalam penelitian Battistoni menunjukkan bahwa di satu sisi kontes kecantikan Amerika memiliki dampak positif untuk meningkatkan

²¹ Alicia Rodriguez Battistoni. 2013. *Miss America is No Ideal: The Repercussions of One Beauty*. Boston: Boston College University Libraries.

²² *Ibid*

kesetaraan perempuan dengan laki-laki, seperti keterlibatan perempuan dalam segala aspek kehidupan, mewakili aspirasi perempuan, untuk mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi, dan menjadi panutan bagi perempuan lainnya. Tetapi di sisi lain, terdapat kritik dari kaum perempuan kulit hitam. Hal ini dikarenakan kontes kecantikan Amerika pada awalnya mengutamakan penilaian fisik yang menyebabkan munculnya standar kecantikan bagi perempuan lainnya.²³

Temuan *kedua* yaitu diskriminasi terhadap kulit hitam yang telah berlangsung sejak puluhan tahun di AS. Rasisme yang terjadi dalam kontes kecantikan tersebut semakin memperkuat tentang kecantikan yang ideal adalah perempuan berkulit putih. Kontes kecantikan AS menjunjung tinggi kecantikan kulit putih sebagai bagian dari tradisi mereka selama bertahun-tahun. Hal ini dikarenakan standar kecantikan tradisional tersebut merupakan cita-cita dari Barat. Meskipun dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa rasisme yang terjadi dalam kontes kecantikan Amerika perlahan memudar, tetapi cantik ideal masih dikaitkan dengan mitos perempuan berkulit putih, berambut pirang, dan bertubuh langsing. Perempuan kulit hitam masih dianggap sebagai kaum minoritas dalam kontes kecantikan Amerika, meski keikutsertaannya sudah mulai diperhitungkan.²⁴

Temuan *ketiga* yaitu keterlibatan produsen produk kecantikan dan media dalam kontes kecantikan. Sejak awal berdiri hingga saat ini kontes tersebut dipenuhi dengan motif bisnis, seperti menjadikan Miss America sebagai bintang iklan produk-produk kecantikan. Sedangkan media berperan untuk menetapkan dan menggambarkan perempuan yang sesuai budaya Amerika, yaitu sensual dan eksotis. Penyebaran media Barat ke berbagai negara telah menciptakan konsep

²³ *Ibid*

²⁴ *Ibid*

kecantikan yang semakin homogen. Selain itu, kontes kecantikan Amerika ingin menetapkan standar cantik yang tidak hanya secara fisik tetapi percaya diri dan berjiwa kepemimpinan. Tayangan seperti Miss Universe telah mempengaruhi negara-negara berkembang dalam mengubah penampilan etnik dan budaya agar sesuai dengan standar Barat untuk dapat berpartisipasi dalam kontes tersebut. Tetapi hal ini tidak berpengaruh secara signifikan pada kontes kecantikan di Timur-Tengah dan India.²⁵

Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada dominasi standar dan pengaruh pada kontes kecantikan dengan mudah tersebar melalui sebuah tayangan. Sedangkan keunikan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu menjelaskan nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan kontes kecantikan, dan proses persebarannya di dunia. Dimana hal tersebut berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan standar kecantikan dan proses persebaran standar kecantikan yang masih general.

Karya ilmiah yang ketiga adalah milik Mariko Hamashima, dengan judul “*Beauty in the Indigenous Pageant, The Cultural and Social Relevance of Miss Samoa*”. Latar belakang dilakukannya penelitian tersebut adalah untuk berkontribusi dalam meningkatkan minat penelitian dan literatur yang mengkaji kontes kecantikan di kawasan Pasifik Selatan. Hamashima dalam penelitiannya menggunakan konsep nilai dan warisan budaya karena Hamashima tidak ingin melihat kontes kecantikan berdasarkan perspektif feminis Barat.²⁶

Hamashima menggunakan data-data primer dalam penelitiannya, karena tidak banyak data-data yang tersedia mengenai kontes kecantikan di kawasan

²⁵ *Ibid*

²⁶ Mariko Hamashima. 2012. *Beauty in the Indigenous Pageant, The Cultural and Social Relevance of Miss Samoa*. USA: SIT Graduate Institute.

Pasifik. Penelitian Hamashima menggunakan metode wawancara dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan kontes kecantikan dan melakukan survei kepada 60 responden Samoa yang terpilih. Jurnal tersebut memiliki beberapa tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui sejarah Miss Samoa dan relevansinya dengan pelestarian budaya, serta hubungannya dengan pemberdayaan perempuan dan sektor pariwisata. Penelitian tersebut juga bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Samoa terkait kontes kecantikan.²⁷

Hamashima menarik beberapa kesimpulan dalam penelitiannya. *Pertama*, relevansi budaya dalam kontes kecantikan Samoa dapat dilihat dari penyelenggaraan kontes yang menyisipkan unsur-unsur tradisional dan norma-norma Kristen, yaitu kesederhanaan dan kerendahan hati. Kemudian, penilaian kecantikan kontestan berdasarkan nilai tradisional dan simbolisme dengan melihat keindahan dan panjangnya rambut. Kontes tersebut juga menjunjung nilai *taupou* yaitu perempuan yang memiliki posisi tinggi ditentukan berdasarkan pesona, penampilan, dan sopan santunnya. Kontes Samoa menjunjung pula budaya mereka; baik dalam bahasa, pakaian tradisional, tarian, lagu-lagu tradisional atau kebangsaan. *Kedua*, data berdasarkan survei responden justru sedikit kontras dengan pihak penyelenggara kontes. Kontes tersebut lebih populer dan dianggap lebih banyak mengandung nilai-nilai hiburan dibandingkan budaya, karena kontes Miss Samoa tidak sepenuhnya mengandung *indigenous element*. Masyarakat Samoa menganggap bahwa penampilan bakat kontestan tidak selalu relevan secara budaya, baik dalam pakaian maupun tarian yang ditampilkan. *Ketiga*, kontes Samoa melakukan pemberdayaan perempuan hanya sebatas pada kontestan

²⁷ *Ibid*

kontes, sehingga belum berpengaruh pada skala sosial yang lebih luas. Selain itu, kemampuan kontestan hanya sebatas atau lebih dominan pada bidang pariwisata, karena mereka adalah alat promosi bagi pariwisata Samoa di tingkat regional.²⁸

Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu bahwa setiap kontes kecantikan mengandung suatu nilai-nilai yang ingin dijadikan standar dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan keunikan penelitian yang akan dilakukan adalah sebaliknya, yaitu eksplorasi nilai-nilai yang dibawa oleh kontes kecantikan dapat mempengaruhi suatu masyarakat. Hal ini justru berbeda dari penelitian sebelumnya dimana kontes kecantikan justru yang terpengaruh oleh nilai-nilai dari suatu masyarakat.

Karya ilmiah yang keempat adalah jurnal dari Dharmapal B. Fulzele yang berjudul “*Globalization and Emergence of Miss World and Miss Universe in India: a Cultural Studies Perspective*”. Latar belakang dilakukannya penelitian tersebut adalah melihat fenomena globalisasi dan dampaknya terhadap kemunculan Miss Universe dan Miss World di India sebagai *brand ambassador* dari berbagai MNC Barat. Penelitian tersebut menggunakan perspektif *cultural studies* dan beberapa konsep kajian budaya, seperti *popular culture*, ideologi, hegemoni, industri budaya, dan globalisasi. Sedangkan metodologi penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dari berbagai buku dan jurnal penelitian.²⁹

Temuan dalam penelitian Fulzele yaitu tentang hubungan antara MNC dan ratu kecantikan India, dengan memanfaatkan media massa di era globalisasi. Berbagai MNC Barat memperluas pasarnya agar mendapat keuntungan yang lebih banyak dengan menargetkan negara-negara berkembang, khususnya India. Hal ini

²⁸ *Ibid*

²⁹ Dharmapal B. Fulzele. 2016. *Globalization and Emergence of Miss World and Miss Universe in India: a Cultural Studies Perspective*. India: IJELLH.

dikarenakan India merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar nomor dua di dunia. Berbagai produk yang di produksi oleh Barat, mulai bermunculan setelah masuknya globalisasi di India pada tahun 1991. Berbagai MNC memanfaatkan Miss Universe, Miss World, dan Miss Asia Pacific India untuk menarik minat para konsumen di India. Ratu kecantikan India merupakan alat untuk mendapatkan pasar yang lebih luas, untuk mempertahankan hegemoni, dan menyebarkan ideologi Barat. Mereka dijadikan sebagai *brand ambassador* produk-produk Barat, seperti kosmetik, aksesoris, minuman, produk elektronik, produk otomotif, pariwisata, bahkan hotel, dan *resort*. Hal ini dikarenakan ratu kecantikan diyakini adalah sosok yang dapat menjadi panutan, sehingga apa yang dilakukan dan yang di konsumsi mereka dapat mempengaruhi perempuan lainnya. Berbagai MNC semakin gencar dalam melakukan pemasaran produk-produk yang digunakan oleh ratu kecantikan India, baik melalui iklan, film, dan serial TV. Dalam hal ini media memiliki peran yang sangat penting untuk menciptakan masyarakat yang konsumtif terhadap produk Barat, pembangunan nilai budaya, sirkulasi nilai simbolis, dan produksi keinginan di India.³⁰

Relevansi penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada peran Miss Universe dalam memberikan pengaruh dan membawa perubahan dalam masyarakat, serta dukungan dari pihak media. Sedangkan keunikan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu cakupan pengaruh yang dibawa oleh Miss Universe dan bentuk perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini bahkan akan melihat pengaruh dari para perempuan yang tidak menjadi menjadi Miss Universe atau yang hanya menjadi mantan finalis.

³⁰ *Ibid*

Tabel 2.1. Rangkuman Hasil *Literature Review*

	Meng Zhang	Alicia Rodriguez Battistoni	Mariko Hamashima	Dharmapal B. Fulzele
Fokus Penelitian	Meneliti hubungan antara kecantikan dengan wacana gender, dinamika kelas, dan konsumerisme kapitalis di Tiongkok.	Meneliti pengaruh kontes kecantikan AS secara global melalui media dan rasisme dalam kontes kecantikan.	Meneliti relevansi kontes kecantikan dengan pelestarian budaya dan persepsi masyarakat Samoa mengenai kontes .	Meneliti upaya MNCs dalam menanamkan pengaruh Barat di India melalui para Miss Universe dan Miss World.
Pendekatan & Metode	Pendekatan Kualitatif: <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Tekstual • Grup Fokus • Wawancara Mendalam 	Pendekatan Kualitatif: <ul style="list-style-type: none"> • Observasi melalui video <i>youtube</i> • 2. Studi Pustaka 	Pendekatan Kualitatif: <ul style="list-style-type: none"> • Wawancara • Survei 	Pendekatan Kualitatif: Studi Pustaka
Teori & Konsep	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Komunikasi Massa berdasarkan perspektif Feminis • Konsep: peran media, kecantikan, globalisasi, dan konsumerisme. 	Konsep peran gender, feminisme kulit hitam, globalisasi, konsumerisme, kecantikan ideal, dan peran media.	Konsep nilai dan warisan budaya.	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektif <i>Cultural Studies</i> • Konsep: <i>popular culture</i>, ideologi, hegemoni, industri budaya, komoditas, dan globalisasi.
Temuan	Kontes kecantikan memperkuat patriarki melalui media, membentuk standar kecantikan yang cenderung homogen dan sesuai dengan ideologi komunis, erat dengan kepentingan ekonomi, dan konstruksi media.	Kontes kecantikan AS yang memiliki sisi positif dan negatif bagi kaum perempuan, rasisme kecantikan, serta globalisasi standar kecantikan Barat melalui media & produk kecantikan.	Kontes kecantikan memiliki relevansi dengan nilai, norma, dan budaya negara; tetapi mengandung unsur hiburan pula bagi masyarakat; dan kurangnya kontribusi ratu kecantikan selain di sektor pariwisata.	Ratu kecantikan sebagai alat bagi kepentingan ekonomi, politik, dan budaya Barat; serta intervensi dari peran media di era globalisasi.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Secara umum, penelitian-penelitian terdahulu memberikan gambaran baru dalam memahami berbagai metode yang berbeda-beda. Dalam beberapa penelitian terdahulu tersebut ditemukan bahwa dalam melakukan penelitian terdapat banyak metode yang dapat digunakan, seperti melalui wawancara, grup fokus, survei, studi pustaka, analisis tekstual, dan bahkan observasi. Dalam beberapa penelitian mengenai kontes kecantikan, yang dapat dikaji atau dijadikan objek tidak hanya pada perempuan dalam kontes tersebut, melainkan dapat dikaji pula seberapa besar pengaruh kontes kecantikan dalam mengubah pemikiran dan perilaku masyarakat secara lokal maupun global. Keempat penelitian terdahulu tersebut memiliki ciri khas masing-masing seperti mengaitkan kontes kecantikan dengan ideologi, ras, dan nilai dominan yang diyakini pada suatu wilayah; maupun mengaitkannya dengan peran media di era globalisasi.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah terletak pada fokus penelitian. Beberapa penelitian terdahulu, fokusnya adalah membahas pengaruh kontes kecantikan hanya pada satu negara. Sedangkan penelitian ini akan membahas pengaruh nilai-nilai secara global dari kontes kecantikan internasional. Perbedaan lainnya ialah, terletak pada objek penelitian. Penelitian yang akan dilakukan tidak menjadikan perempuan sebagai objek yang akan diteliti, melainkan sebuah tayangan kontes kecantikan yang akan menjadi objek penelitian.

Penelitian ini akan berkontribusi membawa pembaharuan dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu tersebut. Penelitian ini akan menjelaskan terlebih dahulu nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan kontes kecantikan Miss Universe, hingga pada akhirnya akan dilihat proses nilai-nilai tersebut diglobalkan ke berbagai negara. Kemudian mengonfirmasi nilai-nilai yang dibaca langsung kepada para finalis Miss Universe. Hal ini belum pernah dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu.

2.2 Globalisasi dan Globalisasi Budaya

Zygmunt Bauman mendefinisikan globalisasi sebagai proses perubahan dunia dari suatu kondisi yang padat menjadi cair dan bahkan menguap seperti gas. Jadi artinya adalah suatu proses semakin berkurangnya hambatan-hambatan baik secara geografis maupun regulasi untuk keluar-masuknya orang, benda, informasi, ide, dan lain sebagainya dari suatu wilayah hampir di seluruh dunia. Proses ini mengalami percepatan karena kemajuan teknologi, transportasi, dan komunikasi. Vincent Melomo menjelaskan dengan definisi lain yaitu intensifikasi keterkaitan

global atau proses yang mendorong hubungan ekonomi, politik, dan budaya di antara manusia di dunia, serta kondisi dunia yang diciptakan oleh perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi yang relatif baru. Martin Albrow dan Elizabeth King mendefinisikan globalisasi secara berbeda dari pendapat sebelumnya, yaitu sebagai serangkaian proses terkondisinya masyarakat dunia dalam satu masyarakat dunia atau membentuk masyarakat tunggal.³¹ Berdasarkan pada beberapa definisi tersebut, maka konsep globalisasi dalam penelitian ini merujuk pada semakin terbukanya negara-negara di dunia seiring berkembangnya zaman, sehingga negara-negara semakin menjadi terhubung, dan berpotensi menciptakan kehidupan yang cenderung homogen ataupun heterogen.

Globalisasi dapat terjadi karena adanya dua faktor penggerak, yaitu faktor ideasional dan faktor material. Marx Weber berpendapat bahwa pendorong utama dari proses globalisasi adalah karena adanya perubahan pemikiran maupun ide, pengetahuan, dan informasi yang dimiliki oleh manusia. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa faktor material juga berperan penting untuk menyalurkan hal-hal yang ideasional tersebut, sebagai contohnya yaitu teknologi dan perusahaan multinasional yang dapat menjangkau dari lingkup yang lokal hingga global.³²

Berlangsungnya globalisasi tersebut bergantung pada aktor-aktor yang terlibat. Terdapat berbagai aktor yang dapat memainkan peran dalam terjadinya globalisasi yang dikelompokkan ke dalam dua bagian, yaitu aktor negara dan non-negara. Aktor non-negara diantaranya yaitu organisasi antar pemerintah (IGO), perusahaan multinasional (MNC), *transnational corporation* atau *global*

³¹ George Ritzer. 2010. *Globalization: a basic text*. 1st ed. UK: Wiley-Blackwell; Vincent Melomo. 2008. *Cultural Dimensions of Globalization*. Carolina: Peace College; dan Sandu Cuterela. 2012. *Globalization: Definition, Processes and Concepts*. USA: National Defense University.

³² *Ibid* George Ritzer

firms, organisasi non-pemerintah (NGO), organisasi non-formal atau kelompok, individu, media, dan lain-lain.³³ Aktor-aktor tersebut dapat memainkan perannya atau terlibat dalam berbagai dimensi-dimensi globalisasi yang berbeda-beda.

Globalisasi terjadi pada lima dimensi sebagaimana yang dicetuskan oleh Allahwerdi, yaitu pada *dimensi ekonomi* yang mengakibatkan munculnya keuangan global dan pasar ekonomi, perusahaan multinasional, jaringan perdagangan dan bisnis, pasar kerja baru, dan kerjasama pembangunan baru; dalam *dimensi politik* ditandai dengan meningkatnya tuntutan HAM, terorisme internasional, perang, dan masalah keamanan baru; kemudian *dimensi demokrasi*, mendorong hadirnya tata pemerintahan yang baik dengan partisipasi masyarakat dan HAM; *dimensi ekologi* atau globalisasi berkelanjutan yang meliputi penggunaan sumber daya dan peraturan bersama (biosfer, air, hutan, bumi, udara, atmosfer); serta *dimensi budaya* yang menghubungkan masyarakat multikultural dari berbagai identitas (lokal, politik, gender, keluarga, agama, nasional, individu, dan sosial) dan hadirnya pendidikan multikultural.³⁴ Konsep globalisasi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada dimensi globalisasi budaya.

Globalisasi budaya adalah suatu proses interaksi dan persebaran yang bentuknya non-material. James L. Watson menjelaskan bahwa globalisasi budaya lebih ditekankan pada pembahasan fenomena internasional dalam kehidupan sehari-hari yang dialami masyarakat dunia, sebagai pengaruh dari persebaran komoditas dan gagasan masyarakat dibelahan dunia lainnya, serta mencerminkan standarisasi ekspresi budaya di seluruh dunia. Persebaran komoditas dan gagasan tersebut didorong oleh efisiensi dan daya tarik yang salah satunya adalah teks-teks

³³ Prof Dr Jamal Wiwoho, SH, Mhum. 2014. *Globalisasi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

³⁴ Ritva Kivikkokangas & Sandgren. 2005. *Lecture course on Globalisation from global and local Perspectives*. Helsinki: Helsingin Yliopisto.

dan budaya pop.³⁵ Globalisasi menurut Watson adalah persebaran budaya yang akhirnya akan menciptakan budaya homogen atau budaya yang tunggal di dunia.

Saat ini diperkirakan bahwa pengaruh yang paling besar dari globalisasi budaya adalah Barat yaitu AS. Hal ini didukung bukti yang berkaitan dengan kekuatan ekonomi AS merupakan terbesar di dunia dan penggunaan bahasa Inggris meluas di seluruh dunia.³⁶ Pengaruh ekonomi memiliki keterkaitan dengan globalisasi budaya, karena AS adalah produsen terbesar dari berbagai media yang di konsumsi masyarakat dunia, seperti televisi, film, musik, dan sastra.

AS yang memiliki pengaruh yang cukup besar dalam globalisasi budaya, juga diyakini oleh para ahli globalisasi budaya. Marwan M. Kraidy adalah salah satu ahli yang memberi pandangan bahwa globalisasi budaya adalah proses agar dunia terbentuk dalam citra budaya Barat, terutama AS. Kraidy berpendapat bahwa globalisasi budaya sering dikaitkan dengan media global. Media global saat ini seperti televisi dan internet telah menciptakan aliran gambar transnasional yang menghubungkan khalayak di seluruh dunia.³⁷ Poin penting mengenai globalisasi budaya bagi Kraidy identik dengan persebaran budaya Barat yang diperlancar dengan kekuatan media.

Pada akhirnya, globalisasi budaya akan membawa beberapa dampak bagi kehidupan dalam suatu masyarakat yang diantaranya yaitu:³⁸

1. Terciptanya budaya heterogen, atau terbukanya peluang bagi pertemuan budaya yang beragam.

³⁵ Diakses melalui: Internationalrelations.Org/Cultural-Globalization/, pada 11 Juni 2017, pukul 12:16 WIB.

³⁶ *Ibid*

³⁷ Marwan M. Kraidy. 2002. *Globalization of Culture Through The Media*. USA: University of Pennsylvania.

³⁸ Chris Barker. 2013. *Cultural Studies, Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

2. Terciptanya budaya homogen, yaitu munculnya imperialisme budaya atau dominasi suatu budaya atas budaya yang lainnya.
3. Terciptanya budaya hibrid, atau perpaduan antara budaya dari luar dan budaya dari dalam sehingga menghasilkan sebuah budaya baru.

Konsep globalisasi khususnya pada dimensi budaya, digunakan dalam penelitian ini untuk melihat proses penyebaran nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015 yang dilakukan dan dampaknya terhadap kehidupan masyarakat dunia.

2.3 Kajian-Kajian Budaya (*Cultural Studies*)

2.3.1 Teks dan Media

Globalisasi memiliki keterkaitan sangat erat dengan teks karena dalam prosesnya, yang disebarkan dan yang diglobalkan adalah teks. Globalisasi itu sendiri bahkan merupakan salah satu bentuk dari teks. Konsep teks mengacu pada tulisan dalam berbagai bentuk, seperti buku dan majalah. Namun dalam kajian budaya, teks adalah sesuatu yang menghasilkan makna melalui praktik penanda atau pengorganisasian tanda melalui representasi. Chris Barker menjelaskan bahwa representasi teks dapat berupa citra, suara, objek, dan aktivitas, sehingga disebut dengan teks budaya. Hal-hal yang dapat dibaca sebagai teks, contohnya yaitu pakaian, program televisi, acara olahraga, bintang pop, dan lain-lain,³⁹ sehingga teks adalah semua elemen tanda, baik visual maupun non-visual.

Definisi teks lainnya adalah menurut Timothy H. O'Sullivan dan kawan-kawan yang menjelaskan teks sebagai sekumpulan pesan yang

³⁹ *Ibid*

memiliki makna dan direpresentasikan melalui buku, catatan, surat, foto, rekaman televisi, dan transkrip percakapan.⁴⁰ McKee mengartikan teks serupa dengan definisi sebelumnya sebagai segala sesuatu yang tertulis, gambar, film, video, foto, desain grafis, lirik lagu, dan lainnya yang menghasilkan makna. Jadi, definisi teks tidak hanya meliputi hasil produksi media massa atau publikasi, melainkan dapat diartikan pula sebagai realitas sehari-hari yang mempunyai atau menghasilkan makna.⁴¹

Makna yang ada dalam teks dapat dibaca dengan berbagai cara, sehingga makna yang diperoleh oleh pembaca yang satu dengan pembaca lainnya akan berbeda. Hal ini pun tidak lepas dari sifat teks itu sendiri yang polisemik atau mengandung beragam kemungkinan makna potensial. Dimana interpretasi teks tersebut bergantung pula pada kemampuan dan pengetahuan kultural dari masing-masing pembaca.⁴²

Selain konsep teks, globalisasi juga memiliki keterkaitan dengan media. Media adalah salah satu alat yang sering kali digunakan dalam memperlancar terjadinya proses globalisasi. Media menurut kamus Oxford adalah sarana utama dalam komunikasi massa, baik melalui penyiaran, penerbitan, dan internet. Dalam komunikasi, media merupakan alat yang digunakan untuk menyimpan dan menyampaikan informasi, seperti buku, alat perekam, surat kabar, majalah, hingga jaringan komputer. Hafied Cangara mendefinisikan media sebagai alat untuk memindahkan atau

⁴⁰ Tim O'Sullivan, dkk. 1994. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. 2nd. London: Routledge.

⁴¹ Rachmah Ida. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.

⁴² *Opcit* Chris Barker

menyalurkan pesan dari *sender* untuk sampai kepada *receiver*.⁴³ Dengan demikian dalam kajian budaya, hubungan antara teks dengan media yaitu teks menyimpan tanda sekaligus merupakan medium bagi praktik atau produksi yang menghasilkan makna dari teks.

Konsep ini sangat penting untuk mengetahui dan melihat berbagai praktik penanda atau elemen-elemen tanda yang terdapat dalam tayangan.

2.3.2 Semiotika

Globalisasi memiliki hubungan dengan semiotika dalam bahasannya, karena proses globalisasi yang terjadi merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pikiran manusia, yang dengan demikian mengandung banyak makna didalamnya, sehingga diperlukan semiotika untuk mengetahui makna dalam proses globalisasi tersebut. Van Zoest mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang berkaitan dengan tanda-tanda, baik itu cara fungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya yang menggunakan tanda-tanda tersebut. Luxemburg mengartikan semiotika sebagai ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda dan lambang, sistem-sistemnya, dan proses pelambangan. Charles Sanders Peirce melengkapi definisi sebelumnya dengan menjelaskan semiotika sebagai konsep tentang tanda yang bukan hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu maka manusia tidak bisa menjalin

⁴³ Oxford Dictionary; Henry Faisal Noor. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada; dan Rulli Nasrullah. 2012. *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Prenada Media Group.

hubungannya dengan realitas.⁴⁴ Dengan demikian, semiotika adalah ilmu yang berkaitan dengan pemahaman untuk membaca tanda-tanda yang terdapat dalam realitas kehidupan.

Terdapat berbagai model yang dapat digunakan untuk membaca tanda dalam semiotika, yang salah satunya adalah model Roland Barthes.

Penanda I (Denotatif)	Petanda I (Denotatif)
Tanda I / Penanda II (Denotatif)	Petanda II (Konotatif)
Tanda II (Konotatif)	

Gambar 2.1. Model Semiotika Roland Barthes
Sumber: Drs. Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk empiris sehingga dapat dilihat dan didengar, yang biasanya merujuk pada sebuah objek atau aspek dari realitas yang ingin dikomunikasikan. Sedangkan penanda merujuk pada bunyi-bunyi dan gambar, serta petanda merujuk pada konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar.⁴⁵ Seperti yang tertera dalam model analisis Barthes, maka untuk mengartikan makna perlu melakukan pembacaan dengan dua tahap, baik itu pada penanda, petanda, dan tanda.

Barthes menjelaskan bahwa dalam membaca tanda, analisis **pertama** dilakukan pada level denotasi yang diartikan sebagai makna harfiah atau makna yang sesungguhnya. Dalam kata lain, analisis tahap pertama adalah hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda terhadap realita eksternal atau disebut sebagai makna paling nyata dari tanda. Proses signifikansi denotasi biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan

⁴⁴ Drs. Alex Sobur, M.Si. 2004. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya dan Drs. Alex Sobur, M.Si. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

⁴⁵ *Ibid*

arti yang sesuai dengan apa yang terucap.⁴⁶ Jadi dalam tahap pertama, pemaknaan tanda dilakukan sesuai yang ditangkap indra pembaca.

Analisis **kedua** yaitu pada level konotasi, yang menurut Barthes identik dengan pembedahan ideologi yang disebut dengan mitos. Fungsi dari analisis tahap dua ini adalah untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.⁴⁷ Konotasi bekerja pada tingkat subjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari. Jadi dalam tahap kedua, makna dari suatu tanda bukan lagi makna yang sebenarnya. Atau dalam kata lain, makna dari suatu tanda adalah mitos yang telah dibentuk pada suatu periode tertentu.

Barthes dalam analisis semiotikanya mengemukakan bahwa mitos menyangkut tentang bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos diartikan pula sebagai produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi.⁴⁸ Oleh karena itu pada level konotasi, pembacaan makna berkaitan dengan mitos dan ideologi yang berasal dari kebudayaan tertentu.

Semiotika adalah konsep sekaligus alat analisis untuk membaca atau membedah berbagai tanda pada elemen-elemen tayangan, sehingga dapat diketahui makna atau nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan.

2.3.3 *Hierarchy of Effect Model*

Hierarchy of effect model digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan tahapan-tahapan konstruksi dalam diri setiap individu, ketika

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ *Ibid*

⁴⁸ *Ibid*

terjadi globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015. Konsep ini sebenarnya adalah model yang digunakan untuk menjelaskan tahapan ketika individu memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi produk setelah melihat iklan di media. Lavidge dan Steiner berpendapat bahwa terdapat enam tahapan yang terjadi dalam diri individu tersebut, yaitu:⁴⁹

1. *Awareness*, merupakan tahapan ketika individu menyadari atau mengetahui atas hadirnya suatu produk.
2. *Knowledge*, merupakan tahapan saat individu mulai mendapat pengetahuan tentang produk tersebut dan mengingat mereknya.
3. *Liking*, merupakan tahapan ketika individu mulai memiliki perasaan terhadap produk tersebut atau dalam kata lain mulai menyukai ketika melihat iklan ini secara terus-menerus atau saat orang lain mengonsumsinya.
4. *Preference*, merupakan tahapan ketika individu mulai mencoba beralih dari merek produk serupa yang sebelumnya ia konsumsi menuju produk yang ia sukai tersebut.
5. *Conviction*, merupakan tahapan ketika individu sudah memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut.
6. *Purchase or Decision*, merupakan tahapan ketika individu akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini meminjam keenam tahapan tersebut untuk menjelaskan tahapan perdebatan dalam diri tiap individu yang menjadi penonton dari

⁴⁹ Nguyen Hoang Sinh. 2013. The Hierarchy Model of Advertising Effects: A Debate. Vietnam: *Phat Trien & Hoi Nhap*. Vol.18, No.8, 2013.

tayangan Miss Universe 2015 ketika memutuskan untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan tersebut.

2.4 Citra dan Nilai

Citra adalah hal yang disebarkan saat terjadinya proses globalisasi, sehingga pembahasan tentang globalisasi tidak dapat dipisahkan dari citra. Globalisasi pada akhirnya juga akan mengakibatkan terbentuknya suatu citra tertentu atas suatu kondisi, wilayah, dan lain sebagainya. Sandra Anderson berpendapat bahwa citra bukan hanya sekedar diartikan sebagai gambar atau foto, melainkan lebih luas lagi yaitu bagaimana sesuatu diwakili ke dunia luar, sebagai reputasi atau pemahaman umum tentang sesuatu atau seseorang. Terdapat peran media dalam pembentukan suatu citra serta dalam melaporkan atau menekankan citra yang ditampilkan. Timothy H. O'Sullivan mendefinisikan citra tidak jauh berbeda, yaitu sebagai representasi visual dari kenyataan, baik secara fisik (seperti dalam gambar atau foto) atau dalam imajinasi (seperti dalam literatur atau musik). Sullivan menambahkan bahwa saat ini citra dimaknai sebagai sebuah rekayasa atau kesan publik yang sengaja di produksi untuk menarik perhatian masyarakat. Chris Barker memperkuat kedua argumen tersebut dengan menegaskan bahwa citra sebagai konstruksi budaya dan bukan sebagai suatu refleksi atas dunia nyata.⁵⁰ Dengan kata lain, citra merupakan imaji yang telah dikonstruksi oleh pihak media sesuai dengan kehendak dan kepentingannya, yang mengandung nilai-nilai tertentu untuk disampaikan kepada masyarakat.

⁵⁰ Sandra Anderson, dkk. 2006. *Dictionary of Media Studies*. Great Britain: A & C Black Publishers Ltd; Tim O'Sullivan, dkk. 1994. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. 2nd. London: Routledge; dan Chris Barker. 2013. *Cultural Studies, Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Selain citra, nilai juga memiliki hubungan dalam globalisasi karena citra yang disebarkan saat proses globalisasi mengandung nilai-nilai tertentu. Nilai menurut kamus Oxford adalah hal yang penting, layak, berharga, dan berguna dari sesuatu, atau prinsip (standar) perilaku; penilaian seseorang tentang yang penting dalam hidup. Fraenkel mendefinisikan nilai sebagai gagasan atau konsep yang bersifat abstrak tentang apa yang dipikirkan seseorang atau yang dianggap penting oleh seseorang, biasanya mengacu kepada estetika, etika pola perilaku, dan logika benar-salah atau keadilan. Berbeda dengan Chotob Thoha yang menganggap nilai adalah sikap yang melekat pada sistem kepercayaan atau sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi manusia sebagai acuan dalam tingkah laku. Richard Merrill melengkapinya dengan mendefinisikan nilai sebagai patokan atau standar pola pilihan yang dapat membimbing manusia menuju *satisfaction, fulfillment, and meaning*.⁵¹ Singkatnya, nilai merupakan alat untuk menentukan atau mengarahkan pilihan bagi manusia. Syariffudin mengemukakan bahwa ada dua sumber nilai:⁵²

1. Akal Pikiran: berpangkal dari manusia yang diwujudkan melalui filsafat.
2. Wahyu atau Kitab Suci: berpangkal dari Tuhan yang perwujudannya adalah melalui agama.

Seiring berkembangnya zaman, konsep mengenai nilai semakin dianggap penting. Chris Barker mengemukakan bahwa konstruksi nilai dapat dilakukan melalui media televisi ataupun komoditas budaya. Berbagai teks pada televisi seperti tayangan berita, opera sabun, telenovela, acara olahraga, musik, dan lain sebagainya adalah arena bagi konstruksi nilai dan pertarungan identitas budaya. Televisi bukan hanya sarana komunikasi masyarakat Barat, melainkan juga sarana

⁵¹ Oxford Dictionary dan Ernita Dewi, S. Ag., M. Hum dan Syarifuddin, S. Ag., M. Hum. 2013. *Nilai dalam Wacana Filosofis*. Banda Aceh: Ushuluddin Publishing.

⁵² *Ibid* Ernita Dewi

bagi sebagian besar masyarakat dunia, sehingga berpotensi menjadi sarana untuk membentuk pengetahuan, imajinasi, dan persepsi masyarakat dunia tentang realita sesuai kehendak komunikator atau pihak yang berkepentingan.⁵³ Oleh karena itu, media merupakan wadah bagi konstruksi nilai-nilai yang dapat menjangkau masyarakat bahkan hingga lingkup global yang dilakukan oleh aktor tertentu.

Pihak-pihak yang dapat melakukan konstruksi nilai bukan hanya sebatas pada pihak pemilik media. Aktor-aktor yang terlibat dalam konstruksi nilai dapat pula berasal dari pihak penguasa, seperti pemerintah, elite politik, suatu organisasi, dan lain sebagainya.⁵⁴ Dengan demikian, konstruksi suatu nilai-nilai dapat dilakukan oleh lebih dari satu aktor. Nilai dapat berarti apabila nilai melekat pada objek. Kedua konsep ini berguna untuk melihat konstruksi citra dalam tayangan dan untuk mengetahui nilai-nilai yang terkandung dalam citra yang telah dikemas pada tayangan.

2.5 Ide, Identitas, dan Ideologi

Dalam globalisasi terdapat beberapa tahapan konstruksi, yang diawali dari penyebaran ide, pembentukan identitas, dan akhirnya terjadi pergeseran ideologi. Definisi klasik mengenai ide menurut J. Goldstein dan Robert O. Keohane adalah kepercayaan yang dipegang atau dihasilkan individu. Tannenwald mendefinisikan ide sebagai konstruksi mental oleh setiap individu, serangkaian keyakinan khusus, prinsip dan sikap yang memberikan orientasi luas bagi perilaku dan kebijakan.⁵⁵

⁵³ *Opcit* Chris Barker

⁵⁴ *Ibid*

⁵⁵ Thomas Diez, dkk 2011. *Key Concepts in International Relations*. London: SAGE dan Robert Jackson and Georg Sørensen. 2013. *Introduction to International Relations: theories and approaches*. 5th ed. United Kingdom: Oxford University Press.

Berdasarkan kedua pendapat ini, ide merupakan kepercayaan yang dapat mempengaruhi prinsip dan sikap individu.

Konsep lain yang memiliki keterkaitan dengan ide yaitu identitas. Simon Doring berpendapat bahwa identitas adalah pendefinisian tentang seseorang mengenai sifat, asal usul, ciri fisik, kepercayaan, silsilah atau preferensi budaya. Pengidentifikasiannya tersebut akan menempatkan individu ke dalam kelompok yang memiliki kesamaan. Doring melanjutkan bahwa identitas biasanya didefinisikan hanya berdasarkan pada sifat parsial, seperti warna kulit, status sosial ekonomi, seks, kebangsaan, wilayah, profesi, generasi, dan lainnya. Definisi identitas juga dapat merujuk pada ras dan kelas, serta tempat kelahiran dan kewarganegaraan. Chris Barker memaknai identitas sebagai deskripsi diri dalam sebuah bahasa yang dilakukan secara emosional. Identitas dapat diungkapkan melalui berbagai bentuk representasi seperti selera, kepercayaan, sikap, dan gaya hidup.⁵⁶ Kedua argumen ini hampir serupa dalam menjelaskan identitas sebagai pendefinisian diri atas sifat yang melekat pada individu dengan berbagai cara penyampaian.

Konsep mengenai ide dan identitas juga memiliki keterkaitan yang erat dengan ideologi. Richard Lee merangkum definisi ideologi dari *Glosarium Bedford* sebagai seperangkat keyakinan yang mendasari kebiasaan, adat istiadat, dan praktik yang terjadi pada kelompok sosial tertentu. Dalam kata lain ideologi adalah sistem keyakinan yang dianggap benar, alami dan berlaku universal.⁵⁷

Raymond William mengartikan ideologi hampir serupa dengan Lee, yaitu sebagai ide-ide atau gagasan kelompok sosial tertentu dan sebagai sistem kepercayaan ilusi. Anthony Giddens justru mendefinisikan berbeda, karena bagi

⁵⁶ Simon Doring. 2005. *Cultural Studies: A Critical Introduction*. New York: Routledge dan Chris Barker. 2002. *Making Sense of Cultural Studies*. London: SAGE.

⁵⁷ Richard Lee. 2006. *Globalization, Language, and Culture*. New York: Chelsea House;

Giddens ideologi adalah alat untuk mengesahkan kepentingan sepihak dari kelompok hegemonik. Ideologi mengacu kepada bagaimana makna digunakan untuk menjustifikasi kekuasaan kelompok berkuasa yang mencakup banyak kelas, juga kelompok sosial yang didasarkan pada ras, gender, umur, dan lain-lain.⁵⁸ Sederhananya, ideologi adalah sekumpulan keyakinan atau kepercayaan dari suatu kelompok yang dapat menjadi alat berkuasa bagi kelompok tersebut. Konsep ide, identitas, dan ideologi dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai landasan dalam menganalisis tahapan globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015.

Tabel 2.2. Komparasi Ide, Identitas, dan Ideologi

	Ide	Identitas	Ideologi
Deskripsi	Kepercayaan yang dapat mempengaruhi prinsip dan sikap individu.	Pendefinisian atau pendeskripsian diri atas sifat yang melekat pada diri dengan berbagai cara atau bentuk penyampaian.	Sekumpulan keyakinan atau kepercayaan dari suatu kelompok tertentu dan dapat menjadi alat berkuasa bagi kelompok tersebut.
Cakupan	Berada di tataran pemikiran.	Berada di tataran sifat dan ciri empiris.	Menjelma menjadi sebuah sistem, seperti sistem negara, sistem pendidikan, sistem kelas, dan lain-lain.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

2.6 Feminisme

Feminisme digunakan pada penelitian ini mengingat bahwa dalam membahas tentang Miss Universe berkaitan dengan kaum perempuan, sehingga erat kaitannya dengan isu seks dan gender. Feminisme adalah suatu gerakan yang muncul karena adanya subordinasi laki-laki atas perempuan dalam kehidupan. Dengan demikian, feminisme fokus pada pembahasan mengenai jenis kelamin dan prinsip penataan kehidupan sosial yang sepenuhnya dipengaruhi relasi kekuasaan. Para kaum feminis berpendapat bahwa subordinasi bersifat struktural dan terjadi di semua institusi dan praktik sosial. Para kaum feminis menyebut subordinasi

⁵⁸ Brian Longhurst, dkk. 2008. *Introducing Cultural Studies*. 2nd ed. England: Pearson Education Limited dan *Ibid* Chris Barker *Cultural Studies*.

struktural yang dialami oleh perempuan sebagai patriarki, yang makna turunannya berupa keluarga yang dikepalai laki-laki, penguasaan, dan superioritas.⁵⁹

Feminisme yang merupakan suatu gerakan yang dibentuk oleh kaum perempuan, tercatat memiliki beberapa kategori. Feminisme gelombang pertama yang hadir pada tahun 1830an - 1890an merupakan gerakan yang identik dengan tuntutan untuk kesetaraan dan kesamaan antara laki-laki dan perempuan oleh feminis liberal dan feminis sosialis. Feminis liberal hadir dengan menekankan kesetaraan kesempatan bagi perempuan di berbagai bidang kehidupan, sehingga perempuan dapat berada di ranah publik layaknya laki-laki. Sedangkan feminis sosialis menekankan pada peran ganda perempuan, sehingga perempuan dapat melakukan pekerjaan domestik sekaligus pekerjaan upahan atau di ranah publik.⁶⁰

Berbeda dari gerakan feminisme sebelumnya yang menuntut persamaan hak antara laki-laki dan perempuan, feminisme gelombang kedua yang hadir pada tahun 1960an - 1970an justru identik dengan tuntutan perbedaan esensial antara laki-laki dan perempuan oleh feminis radikal. Feminis radikal menganggap bahwa kaum perempuan memiliki perbedaan kultural, psikis, dan biologis dengan kaum laki-laki. Para feminis radikal bahkan mengagungkan perbedaan yang dimiliki dan tak jarang menanggap nilai-nilai yang dimilikinya lebih superior dari laki-laki, sehingga terkadang hal ini memunculkan aksi separatisme oleh kaum perempuan.

Gerakan feminisme yang selalu berkuat pada masalah jenis kelamin, mendapat tanggapan dari dalam kaum feminis sendiri yang menandakan lahirnya feminisme gelombang ketiga di tahun 1980an - 1990an. Gelombang ini diwarnai dengan hadirnya feminis kulit hitam dan bewarna, feminis poskolonial, serta

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ *Ibid*

feminis postruktural dan feminis posmodern. Feminis kulit hitam dan bewarna menekankan adanya perbedaan perempuan kulit hitam dan bewarna dengan perempuan kulit putih dalam pengalaman, representasi kultural, dan kepentingan. Kemudian, kolonialisme dan rasisme telah menstrukturkan relasi kekuasaan antara perempuan kulit hitam dan bewarna dengan kulit putih, sehingga membatasi semua perempuan sebagai kaum kulit putih. Sementara feminis poskolonial menganggap perempuan mendapat beban ganda yaitu dijajah kekuasaan imperial dan di subordinasi laki-laki penjajah dan pribumi. Sedangkan feminis postruktural dan posmodern membawa pembaharuan yaitu menyadari bahwa seks dan gender adalah konstruksi sosial dan kultural yang tidak dapat dijelaskan dengan konteks biologi dan direduksi menjadi fungsi kapitalisme.⁶¹ Kedua paradigma ini, akhirnya mengilhami lahirnya aliran posfeminisme yang mencakup semua masalah dari feminisme gelombang satu dan dua.

Posfeminisme adalah paradigma kelanjutan dari feminisme yang muncul untuk menanggapi kelemahan dan kegagalan yang dialami gelombang feminisme sebelumnya, yang populer di akhir 1980 dan awal 1990. Ann Brooks sebagai salah satu posfeminis berpendapat bahwa posfeminisme tidak anti feminisme, karena posfeminisme hanya menentang asumsi-asumsi hegemonik yang dipegang oleh feminis gelombang kedua yang menganggap bahwa penindasan, patriarki, dan imperialisme adalah pengalaman universal. Feminis gelombang kedua dianggap gagal karena sifatnya yang etnosentrisme dan tidak menempatkan isu rasisme. Di samping itu, feminis gelombang dua juga sudah merasa puas dengan adanya kesetaraan dengan laki-laki, tanpa peduli bahwa di antara keduanya masih

⁶¹ *Ibid*

terdapat perbedaan atau pemisahan di dalam kehidupan.⁶² Oleh karena itu, hadirlah posfeminisme yang didukung oleh beberapa paradigma pos-positivisme lainnya.

Posfeminisme mencakup persimpangan antara feminisme dengan posmodernisme, postrukturalisme, dan poskolonialisme yang menentang kerangka kaum modernis, patriarki, dan imperialis. Meski demikian, hubungan antara feminisme dengan ketiga paradigma tersebut tidak bersifat langsung. Michele Barrett dan Anne Phillips berpendapat bahwa persimpangan feminisme dengan ketiga paradigma ini nampak dari pergeseran penekanan dari “persamaan” menuju “perbedaan” dan keberagaman, yang muncul dari dalam feminisme sendiri, yaitu perempuan kulit berwarna, feminis dunia ketiga, dan kaum lesbian, sehingga mengakibatkan pergeseran paradigma feminisme menjadi posfeminisme.⁶³

Posmodernisme dan postrukturalisme yang menekankan pada dekonstruksi dan perbedaan juga semakin memperkuat hubungannya dengan posfeminisme. Demikian pula dengan poskolonialisme yang mencoba menghilangkan binarisme antara pusat *versus* pinggiran dari wacana imperial. Binarisme yang umumnya hadir yaitu melekat pada identitas gender, salah satunya dalam feminis marxis yang memisahkan pembagaaian kerja berdasarkan gender yaitu publik *versus* privat, produksi *versus* reproduksi, dan laki-laki *versus* perempuan.⁶⁴ Dengan demikian, posfeminisme hadir untuk menyadarkan atas perbedaan, keberagaman, dan mendekonstruksi adanya makna buruk dan tingkatan di antara oposisi biner yang hadir dalam kehidupan. Posfeminisme juga ingin menyadarkan agar manusia dapat dengan bebas untuk menentukan pilihan dalam hidupnya.

⁶² Ann Brooks. 2017. *Posfeminisme & Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.

⁶³ *Ibid*

⁶⁴ *Ibid*

Binari yang coba untuk didekonstruksi oleh kaum posfeminis tidak hanya yang berkenaan dengan masalah seksualitas atau yang berkuat pada gender, melainkan atas berbagai biner yang hadir di dunia, sebagai contohnya yaitu:

Tabel 2.3. Contoh Binarisme yang didekonstruksi Kaum Posfeminis⁶⁵

Ahli	Posisi Struktural	
	Superior	Subordinal
Krishnan dan Dighe (Karakteristik gender)	Maskulin Tegas Percaya diri Rasional Egois Melihat pada dunia yang luas	Feminin Tergantung Ragu Emosional Rela berkorban Melihat pada dunia yang sempit
Anthony Giddens (Karakteristik gender)	Publik Independen Orientasi eksternal	Domestik Dependen Orientasi internal
Sigmund Freud (Karakteristik gender)	Aktif Subjek	Pasif Objek
Gilligan (Karakteristik gender)	Keadilan	Kasih sayang
Baron dan Bayme (Karakteristik orientasi hidup)	Hak Otonomi/kepentingan pribadi Privasi Realisasi diri Kemandirian Keegoisan	Kewajiban Otonomi/kepentingan kelompok Publik Realisasi bersama Ketergantungan Kesetiaan
Johnston dan Kokemuller (Bentuk budaya)	Homogen	Heterogen
A Rashid dkk (Kehidupan)	Modern	Tradisional
Michael W. Kraus dkk (Karakteristik kelas sosial)	Tinggi Antipati Acuh Independen Orientasi pribadi	Rendah Empati Peka Dependen Orientasi sosial
Mulvey, Kaplan, dan Rivere (Peran seksualitas)	Subjek Aktivitas menonton Pembawa pandangan	Objek Pasivitas ditonton Penerima tatapan
Jacques Derrida (Bentuk justifikasi)	Menang Benar Sempurna	Kalah Salah Tidak sempurna
Michael Jessup dan Richard Rorty (Bentuk Justifikasi)	Benar	Salah

Sumber: Diolah Dari Berbagai Sumber

Posfeminisme digunakan dalam penelitian ini sebagai sudut pandang dalam membaca nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015. Posfeminisme digunakan untuk membatasi kajian gender yang dibahas dan juga

⁶⁵ *Ibid* Ann Brooks; *Opcit* Chris Barker; Dr. Abdel Fattah E. Darwish & Gunter L. Huber. 2003. Individualism vs Collectivism in Different Cultures: a cross-cultural study. UK: *Intercultural Education*. Vol.14, No.1, 2003; Abdul Rashid Moten. 2011. Modernity, Tradition and Modernity in Tradition in Muslim Societies. Malaysia: *IUM Press Intellectual Discourse Journal*. Vol.19, No.13, 2011; Stefan T. Trautmann, dkk. 2013. *Social Class and (Un)ethical Behavior: A Framework, with Evidence from a Large Population Sample*. Netherlands: VENI grants; dailywritingtips.com/homogeneous-vs-heterogeneous/; reference.com/world-view/homogeneous-culture-6f11d82e79e7affd, Sue McGregor PhD. 2003. *Postmodernism, Consumerism, and A Culture of Peace*. Canada: Mount Saint Vincent University; dan allaboutworldview.org/postmodern-ethics.htm, pada 12 Agustus 2018, pukul 11:40 WIB.

sesuai dengan perspektif konstruktivisme yang digunakan dalam menjelaskan globalisasi mengingat bahwa hal yang non-material merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan dan penting dalam membangun relasi hubungan internasional.

2.7 *American Dreams*

American Dreams digunakan dalam penelitian ini karena Miss Universe merupakan organisasi, ajang, dan tayangan yang lahir, dikelola, dan di produksi oleh AS. Dengan demikian baik organisasi, ajang, dan tayangan ini berpotensi mengandung nilai-nilai yang berkaitan dengan impian masyarakat Amerika. *American Dreams* merupakan sekumpulan ide yang pertama kali digunakan James Truslow Adams (1931) untuk menarik minat masyarakat di berbagai wilayah agar menetap di AS. *American Dreams* juga hadir didasari pengalaman AS ketika terjadi depresi, resesi, kontraksi ekonomi, dan masalah hak sipil yaitu ketidaksetaraan gender selama bertahun-tahun. AS oleh karena itu bertekad membangkitkan negaranya berdasarkan prinsip hak yang alami dan tidak bisa dicabut, yaitu hak hidup, bebas, dan mengejar kebahagiaan. Dengan demikian hadirilah *American Dreams* yang memberikan aspirasi masyarakat AS untuk mengejar impian dan memperbaiki situasi hidup melalui kerja keras. *American Dreams* memiliki penekanan yang sama dengan kepercayaan Amerika yaitu memberikan kebebasan, kesetaraan, dan kesempatan sama pada semua warga yang termaktub dalam deklarasi kemerdekaan AS 1776 dan konstitusi AS.⁶⁶

American Dreams mengandung banyak nilai-nilai yang dijadikan sebagai pedoman hidup masyarakat di AS. Nilai-nilai dalam *American Dreams* sebagai

⁶⁶ Sandra L. Hanson and John K. White. 2011. *The American Dream in the 21st Century*. USA: Temple University Press.

contohnya yaitu hak hidup, kebebasan, kesetaraan, kebahagiaan, individualisme, kerja keras, kemakmuran, optimisme, mobilitas, toleransi, kompetitif, keadilan, patriotisme, nasionalisme, demokrasi, kedaulatan rakyat, masyarakat tanpa kelas, pemisahan kekuasaan, pemerintah perwakilan, egalitarianisme, federalisme, liberalisme, kapitalisme, dan lain sebagainya.⁶⁷ Tetapi dalam penelitian ini hanya beberapa nilai-nilai *American Dreams* yang digunakan yaitu kesetaraan, kompetitif, kerja sama, kerja keras, dan demokrasi sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam citra yang dihadirkan pada tayangan Miss Universe 2015.

Jillson menjelaskan bahwa munculnya nilai kesetaraan dalam *American Dreams*, dilatarbelakangi oleh sejarah diskriminasi di AS. Dahulu orang kulit hitam di AS mengalami diskriminasi oleh orang kulit putih di berbagai aspek kehidupan, terutama pada hak memilih dan dipilih dalam dunia politik. Demikian pula kaum perempuan yang selalu didiskriminasi oleh kaum laki-laki, sehingga membutuhkan perjuangan panjang hingga pada akhirnya saat ini kaum perempuan juga memiliki kesempatan yang sama dengan kaum laki-laki khususnya dalam partisipasi politik. Oleh karena itu, saat ini orang Amerika menghargai adanya perbedaan dan sangat mendukung terbuka luasnya kesempatan yang sama bagi semua orang di Amerika untuk mewujudkan impiannya.⁶⁸ Oleh karena semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan berbagai hal yang terutama dalam mewujudkan mimpi, maka orang-orang di Amerika sangat menjunjung nilai kerja keras untuk mewujudkan impiannya tersebut.

Jillson berpendapat pula bahwa *American Dreams* memberikan inspirasi bagi jutaan orang AS. Orang AS percaya bahwa mereka mampu mengejar segala

⁶⁷ *Ibid*

⁶⁸ Benjamin Wyman. 2015. *The American Dream, Equal Opportunity, and Obtaining the Vote*. US: *The Cohen Journal*. Vol. 1, No.1, 2015.

impiannya dengan kerja keras, dan dengan begitu mereka memiliki peluang besar untuk memperbaiki situasi kehidupannya. Meski tidak dapat dipungkiri bahwa terkadang sebuah keberuntungan juga diyakini di samping kerja keras, tetapi kerja keras merupakan nilai yang paling dipegang teguh ketika orang AS berusaha membuat kehidupannya lebih baik.⁶⁹ Dalam perjalanan untuk mewujudkan impian ataupun tujuan hidup, tentunya terdapat berbagai hambatan yang dengan demikian setiap orang AS akan saling bersaing untuk mendapatkan yang diinginkannya.

James Truslow Adams menjelaskan bahwa setiap individu di AS harus memiliki daya saing di tengah kehidupan masyarakat AS yang sangat kompetitif. Kemampuan daya saing dibutuhkan agar setiap individu mampu bertahan hidup, dan mencapai sebuah kesuksesan. Hadirnya nilai kompetitif dalam kehidupan masyarakat di AS, salah satunya dikarenakan adanya hak kebebasan individu yang dijunjung tinggi. Dengan demikian maka setiap individu bebas untuk bersaing dengan siapapun, kapanpun, dan dalam hal apapun itu.⁷⁰ Selain itu nilai-nilai dalam *American Dreams* tidak hanya dijadikan sebagai pedoman hidup di level individu, melainkan juga di level negara pada tataran sistem negara.

Demokrasi menjadi sistem negara yang menjadi impian masyarakat di AS. Abraham Lincoln mendefinisikan demokrasi sebagai pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat; yang kemudian diperkuat oleh Franklin D. Roosevelt dengan menambahkan adanya hak kebebasan bagi setiap individu untuk berpendapat, beragama, bebas dari kekurangan atau kemiskinan, dan bebas dari ketakutan. Demokrasi dalam *American Dreams* memiliki beberapa prinsip fundamental berdasarkan konstitusi AS diantaranya yaitu akuntabilitas, keputusan

⁶⁹ *Ibid*

⁷⁰ Englisch Abitur. 2007. *The American Dream then and now*. Stuttgart: Ernst Klett Verlag GmbH.

besar (*the common good*), kebebasan (berpendapat, beragama, memilih, dipilih, dan lainnya), kesetaraan, keadilan, transparansi dalam pemerintahan, representasi (kejujuran dan kebenaran dalam pemerintahan), hak-hak minoritas, pemilihan yang adil, dan menjunjung nilai-nilai: toleransi, kerja sama, dan kompromi.⁷¹

Prinsip-prinsip demokrasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kebebasan, kesetaraan, dan representasi. John Locke pernah mengemukakan bahwa terdapat beberapa jenis kebebasan yang merupakan hak sipil, contohnya yaitu untuk memilih sesuatu, mengemukakan pendapat, pers, tergabung dalam perkumpulan, beragama, menjalani hidup, dan bebas dari perlakuan sewenang-wenang oleh sistem politik maupun hukum. Sementara James Madison pernah mengemukakan tentang kesetaraan yang meliputi persamaan dalam politik, hukum, kesempatan dalam hal apapun, ekonomi, dan kesetaraan rasa hormat atau persamaan sosial. Sedangkan Edmund Burke membicarakan tentang representasi sebagai salah satu ciri demokrasi, yaitu seseorang yang menjadi perwakilan suatu kelompok masyarakat untuk dapat mencapai atau menyampaikan ide yang diusung oleh masyarakat tersebut dalam suatu tatanan pemerintahan. Dengan demikian seseorang yang menjadi representasi masyarakat memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk menyampaikan aspirasi yang mewakili masyarakat.⁷²

American Dreams digunakan dalam penelitian ini sebagai sudut pandang atau alat dan acuan membaca nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015. *American Dreams* digunakan untuk membatasi kajian tentang pedoman hidup yang digunakan oleh masyarakat di dunia.

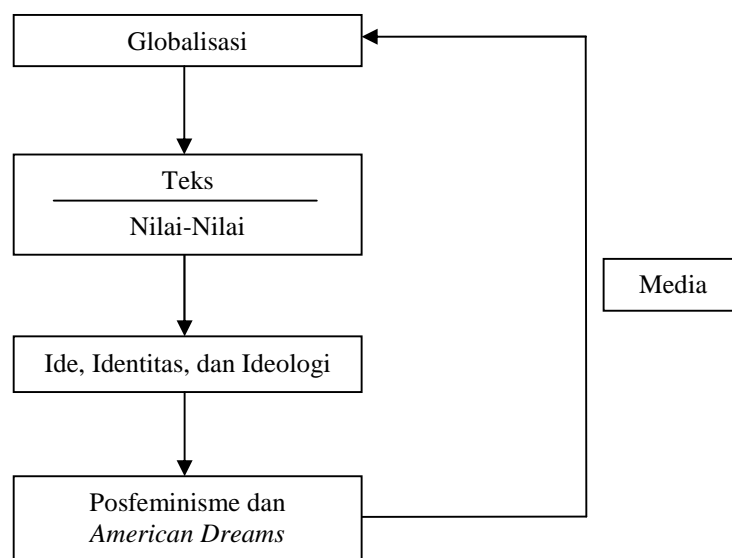
⁷¹ *Opcit* Sandra L. Hanson and John K. White dan Blair Henry. 2011. *The Fundamental Principles of the American Democracy*. USA: Thepeoplesconvention.Org.

⁷² Lyman Tower Sargent. 2009. *Contemporary Political Ideologies: A Comparative Analysis*. 14th ed. USA: Wadsworth.

2.8 Kerangka Pemikiran Penelitian

Globalisasi yang mengacu pada percepatan teknologi, informasi, dan komunikasi, serta peningkatan hubungan antar manusia, memicu terjadinya homogenisasi atau membentuk masyarakat tunggal. Globalisasi terjadi pada seluruh dimensi kehidupan yang salah satunya adalah pada dimensi budaya. Konsekuensi dari globalisasi budaya adalah tersebarnya teks yang mengandung suatu nilai-nilai tertentu yang berpotensi menimbulkan gesekan atau pertentangan dalam suatu masyarakat.

Globalisasi nilai-nilai akan terjadi pada tiga tataran tahapan yaitu ide, identitas, dan ideologi. Penyebaran ide yang berpotensi mengakibatkan pembentukan identitas, dan hingga pergeseran ideologi, berpotensi memunculkan beberapa kemungkinan dalam kehidupan masyarakat, yaitu intergrasi budaya, disintegrasi budaya, dan atau justru muncul hibridisasi budaya (percampuran antara budaya asing dan lokal). Dimana saat terjadinya globalisasi budaya tersebut tidak lepas dari peran media sebagai wadah konstruksi bagi teks-teks budaya dan proses terjadinya globalisasi budaya akan terus berulang.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dijelaskan oleh John W. Creswell sebagai penelitian yang mengeksplorasi dan memahami sebuah makna, baik dari kejadian individu atau kelompok yang dianggap sebagai masalah sosial atau manusia. Penelitian ini memilih pendekatan tersebut karena bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna pada berbagai teks dalam tayangan Miss Universe 2015. Penelitian ini juga menggunakan logika berpikir induktif, karena peneliti akan mengumpulkan data-data yang akan menjadi fakta-fakta baru yang belum ada sebelumnya sebagai penemuan baru. Jenis penelitian kualitatif yang akan digunakan yaitu studi budaya yang menyediakan metodologi yang memungkinkan analisis teks dapat dibandingkan, direplikasi, maupun dibantah, dan digeneralisasikan.⁷³ Penelitian ini akan melakukan interpretasi pada tayangan Miss Universe yang merupakan salah satu bentuk dari teks budaya.

Dalam penelitian Hubungan Internasional, penelitian ini serupa dengan penelitian lainnya yang menggunakan dua tahapan pembacaan atau penelitian. **Pertama**, yang akan dilakukan terlebih dahulu adalah membaca berbagai tanda dalam tayangan Miss Universe 2015 untuk menghasilkan makna. Makna-makna tersebut merupakan informasi yang akan menjadi dasar analisis pada tahap dua.

⁷³ John W. Creswell. 2014. *Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th ed. USA: SAGE Publication, Inc dan Nicholas Walliman. 2011. *Research Methods: The Basics*. New York: Routledge.

Kedua, adalah analisis pada level Hubungan Internasional untuk mengetahui makna atau nilai-nilai dalam tayangan Miss Universe 2015 diglobalkan, yang berpotensi mengkonstruksi dan memberikan pengaruh terhadap masyarakat dunia.

3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini hanya sebatas pada membaca nilai-nilai tayangan Miss Universe di tahun 2015, dan hanya sampai pada tahapan proses globalisasi nilai-nilai tersebut. Pemilihan tahun 2015 dikarenakan tahun tersebut merupakan masa peralihan kepemilikan Organisasi ini dari Donald Trump ke agensi WME/IMG, sehingga terdapat beberapa perubahan seperti: format acara, persyaratan, dan penilaian finalis yang salah satunya melibatkan masyarakat dunia dan antar para finalis. Di tahun ini pula untuk pertama kalinya terjadi kesalahan penyebutan nama pemenang, sehingga membuat ajang semakin populer khususnya dalam media sosial *twitter*. Tayangan Miss Universe 2015 juga populer dibanding tahun-tahun sebelumnya, bahkan lebih populer dari tayangan kontes kecantikan lainnya.

Sementara pembatasan penelitian ini hanya pada penjabaran tahapan globalisasi nilai-nilai, dikarenakan hanya terdapat tiga aktor non-negara yang terlibat dalam globalisasi tersebut yaitu media, Miss Universe beserta para finalis, dan organisasi Miss Universe; yang nampak sebagai pihak-pihak yang terlibat dalam menyuarakan nilai-nilai yang ingin diglobalkan.

3.3 Sumber Data

Data dalam penelitian dapat berupa primer ataupun sekunder. Nicholas Walliman, membagi data primer kedalam empat jenis, yaitu hasil wawancara

(terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur), eksperimen (partisipasi dan non-partisipan), sampling (probabilitas dan non-probabilitas), dan kuesioner. Sedangkan data sekunder dibagi kedalam tiga jenis, yaitu tertulis (*email, website, surat, catatan, buku, jurnal, koran, dan lainnya*), tidak tertulis (program televisi, radio, rekaman suara, video, film, artefak, dan lainnya), dan data survei (sensus penduduk, ramalan cuaca, dan lainnya).⁷⁴ Sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

1. **Data primer** yang diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan para finalis Miss Universe 2015, yaitu Miss Angola, Miss El Salvador, Miss Germany, Miss Norway, Miss Serbia, dan Miss Singapore. Wawancara ini bertujuan untuk mengkonfirmasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015 yang dibaca oleh peneliti, dan untuk melihat sejauh mana para finalis menangkap nilai-nilai yang coba untuk diglobalkan oleh ajang tersebut.
2. **Data sekunder** dalam penelitian ini adalah tayangan *grand final* Miss Universe 2015 yang di produksi media Fox, serta data lainnya berupa *report* maupun artikel dalam *website* organisasi Miss Universe; *website* berita kontes kecantikan seperti *Pageant Center, Revolvly*, dan lain-lain; serta berbagai akun media sosial yang berkaitan dengan Miss Universe.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Serupa dengan penelitian pada umumnya, dalam kajian budaya terdapat berbagai cara untuk mengumpulkan data-data penelitian. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu melalui teknik dokumen. Dokumen dapat berupa tulisan yaitu buku, jurnal, koran, majalah, laporan, catatan, *website, paper, diary*, grafiti,

⁷⁴ *Ibid*

slogan, dan lain-lain; serta dokumen bukan tulisan yaitu film, rekaman suara, rekaman video, foto, prasasti, dan lain-lain.⁷⁵ Dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan teknik dokumen berupa tulisan yang digunakan adalah melalui *report* dari Organisasi Miss Universe dan *website* Organisasi Miss Universe, *Pageant Center*, *Revolvy*, dan lain-lain. Sedangkan pengumpulan data melalui teknik dokumen bukan tulisan yang digunakan hanya melalui video *grand final* Miss Universe 2015. Kemudian, pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan pihak para finalis ajang Miss Universe 2015.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kajian budaya ini akan digunakan teknik analisis tekstual. Terdapat berbagai jenis analisis tekstual yang dapat digunakan, salah satunya yaitu semiotika. Analisis tekstual merupakan metodologi yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai-nilai, atau kepentingan yang ada di balik suatu teks media.⁷⁶ Penelitian ini akan mencoba untuk membedah konstruksi nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015. Penelitian ini menggunakan dua tahap analisis yaitu:

1. **Tahap pertama** akan digunakan model analisis semiotika Roland Barthes untuk membaca tanda (data-data) dalam tayangan *grand final* Miss Universe 2015. Tanda-tanda tersebut merupakan data atau informasi yang akan digunakan pada analisis tahap selanjutnya.

⁷⁵ Bob Matthews & Liz Ross. 2010. *RESEARCH METHODS: A practical guide for the social sciences*. England: Pearson Education Limited.

⁷⁶ Rachmah Ida. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.

2. **Tahap kedua** akan digunakan model analisis data dari Miles dan Huberman dalam mereduksi, menyajikan, dan menyimpulkan data-data, baik yang didapatkan dari pembacaan tayangan Miss Universe dan hasil wawancara yang diperoleh dari finalis Miss Universe 2015, sehingga akan diketahui nilai-nilai yang mendominasi dalam ajang Miss Universe 2015 dan globalisasi nilai-nilai tersebut ke berbagai negara di dunia.

3.5.1. Teknik Analisis Data Tahap I

Analisis semiotika yang digunakan untuk membedah makna pada tayangan Miss Universe 2015 adalah model semiotika Roland Barthes:

Penanda I Teks tayangan Miss Universe	Petanda I Interpretasi Teks
Tanda I / Penanda II Kesimpulan Teks	Petanda II Realita dan Mitos
Tanda II Nilai-Nilai	

Gambar 3.1. Model Semiotika Roland Barthes

Sumber: Drs. Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Dalam analisis ini penanda pertama adalah teks dalam tayangan Miss Universe; kemudian petandanya ialah interpretasi teks dari tayangan tersebut berupa paparan adegan, narasi, maupun lirik lagu; dan tanda pada tahap pertama adalah kesimpulan dari pembacaan penanda I dan petanda I. Selanjutnya kembali dilakukan pembacaan terhadap penanda, sehingga menghasilkan makna dari petanda yang lebih mendalam. Terakhir, akan dibuat kesimpulan dari pembacaan penanda dan petanda yang disebut dengan tanda II atau nilai sebenarnya dari tayangan Miss Universe 2015.

Elemen-elemen tayangan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah yang dicetuskan oleh Rossiter dan Percy, sebagai berikut:⁷⁷

⁷⁷ Budi Harto. 2015. *Pengaruh Iklan Aqua Versi 1 Liter Untuk 10 Liter di Televisi Terhadap Brand Awareness*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Tabel 3.1. Elemen-Elemen Tayangan

Elemen-Elemen	Keterangan
<i>Heard and Sound Effect</i>	Kata-kata / suara yang terdengar serta karakter dan penekanan suara didukung dengan gaya penyampaian.
<i>Music</i>	Alunan lagu dari suara manusia dan dari alat-alat musik dapat berupa <i>jingle</i> (bunyi-bunyian) atau musik latar belakang.
<i>Seen Words</i>	Kata-kata berbentuk tulisan, yang dapat dibaca, diingat, dan akan melekat dalam ingatan khalayak.
<i>Pictures</i>	Gambar yang meliputi objek figur, lokasi, dan latar belakang yang dipakai.
<i>Colour</i>	Komposisi dan keserasian warna dari gambar ataupun tulisan, termasuk pengaturan cahaya yang terdapat dalam tayangan.
<i>Movement</i>	Adegan yang disajikan dalam tayangan serta kesesuaiannya dengan suara dan irama atau lagu yang diperdengarkan.

Sumber: Budi Harto. *Pengaruh Iklan Aqua di Televisi Terhadap Brand Awareness*

Penelitian ini akan membaca tanda pada masing-masing elemen tersebut yang dibagi ke dalam 11 babak atau sesi tayangan yang dianalisis, yaitu: sesi tayangan pembuka Miss Universe 2015, pengenalan finalis, keberangkatan dan kedatangan finalis, pengumuman finalis 15 besar, persaudaraan finalis, *review* Paulina Vega (Miss Universe 2014), pesta di karantina, kompetisi pakaian renang, tanya-jawab finalis lima besar, tanya-jawab finalis tiga besar, dan pengumuman Miss Universe 2015.

3.5.2 Teknik Analisis Data Tahap II

Tahap ini merupakan teknik analisis untuk menjelaskan dan memetakan konstruksi nilai dan proses globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015. Data-data yang telah didapatkan akan dikelola berdasarkan tahap analisis data menurut Miles dan Huberman, yaitu:⁷⁸

1. **Reduksi Data** - tayangan Miss Universe yang mengandung sekumpulan makna berupa nilai-nilai yang menjadi data penelitian, direduksi dengan cara memilih sesi yang akan di analisis. Setelah berbagai data terkumpul, akan dipisahkan antara data-data dari pembacaan tayangan dengan data-data hasil wawancara. Kemudian,

⁷⁸ Nicholas Walliman. 2011. *Research Methods: The Basics*. New York: Routledge.

data-data tersebut akan direduksi kembali dengan membaginya kedalam dua kelompok yaitu data mengenai konstruksi nilai-nilai Miss Universe dan data mengenai proses pengglobalan nilai-nilai tersebut.

2. **Penyajian Data** - Berbagai data yang telah direduksi, akan dipaparkan dalam bentuk tahapan-tahapan konstruksi nilai dan berupa proses penyebaran nilai-nilai tayangan Miss Universe pada masyarakat dunia.
3. **Penarikan Kesimpulan** - Serangkaian proses analisis data dan hasil data-data yang telah terkumpul tersebut, akan disimpulkan dalam tahap ini. Nantinya, akan disimpulkan pula nilai yang paling mendominasi dalam tayang Miss Universe dan nilai-nilai yang berpotensi paling berpengaruh terhadap masyarakat dunia.

3.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini terdiri atas tujuh bab, yang meliputi:

1. **Bab I (Pendahuluan)**, adalah penjabaran hal-hal yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian yang berisikan paparan GAP (kondisi aktual dan kondisi ideal) dan signifikansi atau urgensi masalah terkait tayangan, ajang, dan organisasi Miss Universe khususnya di tahun 2015. Beberapa bagian pada bab ini diantaranya yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.
2. **Bab II (Tinjauan Pustaka)**, merupakan paparan tentang perspektif dan berbagai teori yang digunakan sebagai landasan penelitian yang relevan untuk menjelaskan proses globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* yang terkandung dalam tayangan Miss Universe 2015.

Beberapa bagian pada bab ini diantaranya yaitu penelitian terdahulu, landasan konseptual, dan kerangka pemikiran penelitian.

3. **Bab III (Metode Penelitian)**, adalah paparan tentang prosedur penelitian yang dilakukan. Bagian pada bab ini diantaranya yaitu jenis penelitian, fokus penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, dan sistematika penulisan dalam penelitian.
4. **Bab IV (Gambaran Umum)**, berisikan tentang data-data yang digunakan sebagai konteks dalam membaca nilai-nilai pada tayangan Miss Universe 2015 dan membantu dalam membangun model globalisasi nilai-nilai tayangan tersebut. Bagian pada bab ini diantaranya yaitu sejarah dan perkembangan organisasi Miss Universe, evolusi penyelenggaraan ajang Miss Universe, kontribusi Miss Universe secara global, dan sesi tayangan Miss Universe 2015 yang akan dibaca.
5. **Bab V (Analisis Semiotika Tayangan Miss Universe 2015)**, adalah analisis tahap satu yang membongkar makna-makna dalam tayangan Miss Universe 2015 dan disertai paparan data pro-kontra di dunia. Bagian pada bab ini diantaranya yaitu pembacaan semiotika tayangan Miss Universe 2015, nilai-nilai posfeminisme dalam tayangan Miss Universe 2015, dan nilai-nilai *American Dreams* dalam tayangan Miss Universe 2015.
6. **Bab VI (Globalisasi Nilai-Nilai Posfeminisme dan *American Dreams*)**, merupakan analisis tahap dua berupa konfirmasi nilai-nilai tayangan dengan opini para finalis dan analisis keilmuan Hubungan Internasional terkait konstruksi, proses globalisasi nilai-nilai posfeminisme maupun *American Dreams*, dan potensi dampak dari globalisasi. Beberapa bagian

pada bab ini diantaranya yaitu pemetaan persepsi finalis Miss Universe dan proses globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams*.

7. **Bab VII (Penutup)**, adalah bagian akhir dari penulisan yang berisikan tentang kesimpulan atas hasil penelitian berupa paparan nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan, proses globalisasinya, dan dampak globalisasi tersebut; rekomendasi untuk pemerintah dan pihak penyelenggara, masyarakat dunia atau penonton tayangan, serta berbagai lembaga maupun aktivis gender; dan saran terkait penelitian untuk akademisi selanjutnya.

IV

GAMBARAN UMUM

Tayangan Miss Universe 2015 mengandung suatu nilai-nilai tertentu yang terepresentasikan melalui teks yang ditampilkan dalam tayangan tersebut. Agar nilai-nilai dalam tayangan Miss Universe dapat diketahui, maka dibutuhkan berbagai konteks yang berkaitan dengan Miss Universe, baik itu organisasi, ajang, dan Miss Universe itu sendiri. Konteks tersebut berguna sebagai acuan dalam membaca nilai-nilai yang diglobalkan oleh tayangan Miss Universe 2015.

4.1 Sejarah dan Perkembangan Organisasi Miss Universe

Label Miss Universe sebagai organisasi, ajang, dan gelar, bukanlah hal baru. Label ini pernah digunakan sebagai gelar pemenang ajang kecantikan oleh International Pageant of Pulchritude di AS pada tahun 1926 hingga tahun 1935. Penghentian ini dikarenakan munculnya krisis di AS akibat Perang Dunia II,⁷⁹ sehingga masyarakat AS fokus terhadap perbaikan pasca perang. Miss Universe kembali hadir sebagai nama gelar, ajang, dan organisasi di awal era 1950.

Miss Universe dalam perjalanannya beberapa kali mengalami pergantian kepemilikan. Pemilik pertama yaitu Pacific Knitting Mills merupakan perusahaan pakaian dan produsen *Catalina Swimwear* di Kalifornia, yang secara kebetulan mengadakan ajang dengan nama sama yaitu Miss Universe pada 28 Juni 1952.

⁷⁹ Diakses melalui: pageantidol.org/p/miss-universe.html, pada 09 Desember 2017, pukul 23:08 WIB.

Perusahaan tersebut mendirikan ajang Miss Universe karena kekecewaannya saat mensponsori ajang Miss America 1951, karena pemenang Miss America pada saat itu menolak permintaan perusahaan untuk berpose seksi ketika memakai pakaian renang Pacific Knitting Mills.⁸⁰ Sejak saat itu, perusahaan tersebut menjadi pendiri, pemilik, dan sekaligus sponsor ajang Miss Universe 1952 hingga akhir kepemilikannya di tahun 1958 bersama dengan Long Beach Pageant Inc sebagai penyedia tempat diselenggarakannya ajang. Pacific Knitting Mills pada saat yang sama juga mendirikan ajang Miss USA.⁸¹ Pacific Knitting Mills dengan begitu menjadi pemilik dua ajang kecantikan di level domestik dan internasional.

Pacific Knitting Mills membuka kesempatan bagi negara-negara untuk menjadi bagian dari Miss Universe Inc sejak tahun 1952. Negara-negara tersebut adalah Australia, Belgia, Kanada, Chili, Denmark, Finlandia, Perancis, Jerman, Inggris, Yunani, Haiti, India, Israel, Italia, Jepang, Meksiko, Norwegia, Panama, Peru, Filipina, Purto Riko, Afrika Selatan, Swedia, Turki, Uruguay, AS, dan Venezuela,⁸² yang mendapat kesempatan memiliki lisensi untuk menggelar ajang kecantikan nasional menuju pemilihan Miss Universe. Miss Universe Inc pada akhirnya berhasil menghimpun negara dari setiap kawasan di dunia.

Miss Universe Inc ternyata memiliki tujuan lain di samping untuk mempromosikan pakaian renang Pacific Knitting Mills. Oscar Meindhardt yang merupakan pemimpin Miss Universe Inc mengungkapkan bahwa tujuan kedua digelarnya ajang Miss Universe adalah untuk menjalin hubungan lebih bersahabat

⁸⁰ Pacific Knitting Mills adalah produsen *Catalina Swimwear* yang sebelum mendirikan ajang Miss Universe, menjadi sponsor dari ajang Miss America.

⁸¹ Diolah dari berbagai sumber: pageantcenter.com/pageants1/tag/miss-universe-pageant dan oocities.org/televisioncity/9699/inter60a.html, pada 10 Desember 2017, pukul 16:02 WIB.

⁸² Diakses melalui: pageantopolis.com/2010-2019-2.html, pada 10 Desember 2017, pukul 16:31 WIB.

antar wanita cantik dari berbagai negara. Kemudian tujuannya yang ketiga adalah untuk menyadarkan masyarakat dunia terutama wanita, bahwa akan banyak keindahan yang didapatkan dalam dunia yang damai.⁸³ Miss Universe Inc dengan demikian memiliki tujuan komersil untuk perusahaan, persahabatan untuk para kontestan dan perdamaian untuk seluruh masyarakat dunia.

Tujuan yang dimiliki Pacific Knitting Mills ternyata bertentangan dengan sponsor ajang Miss Universe lainnya yaitu Long Beach Pageant Inc. Di satu sisi, Long Beach Pageant Inc memiliki tujuan kepentingan bersama untuk proyek nirlaba yang berbasis komunitas. Tetapi di sisi lain, Pacific Knitting Mills menginginkan ajang tersebut menjadi arena bagi kepentingan komersial dan profit perusahaannya. Pertentangan tersebut mengakibatkan mundurnya pimpinan Miss Universe Inc, yang lalu beralih mendirikan International Beauty Congress. Sejak saat itu pula ajang Miss Universe dipindahkan menuju Miami Beach,⁸⁴ dan dengan kemudian mengalami pergantian kepemilikan.

Kayser-Roth Corporation yang merupakan produsen *Underwear No Nonsense* dan *Hue*, mengakuisisi Pacific Knitting Mills sekaligus menjadi pemilik kedua Miss Universe Inc sejak tahun 1959. Tujuan Miss Universe Inc sebelumnya tetap dipertahankan meski kepemilikan tersebut telah berganti. Pemandahan kepemilikan ini juga ditandai dengan pergantian ketua Miss Universe Inc pada Harold Glasser, sekaligus pemindahan kantor pusat ke wilayah Karolina. Di masa kepemilikan Kayser-Roth Corp, untuk pertama kalinya terjalin kerja sama dengan stasiun televisi CBS pada tahun 1960. Miss Universe Inc juga mulai

⁸³ Oscar Meindhardt pencetus dan pemimpin Miss Universe Inc, sekaligus produser eksekutif ajang Miss Universe. Diolah dari: Afia Ofori-Mensa. 2012. *To Teach the World Peace a Miss Universe and Global Harmony in the Early Cold War*. Eugene: All Academic Inc.

⁸⁴ Diakses melalui: oocities.org/televisioncity/9699/inter60a.html, pada 10 Desember 2017, pukul 16:02 WIB.

menggelar ajang Miss Universe di berbagai wilayah sejak 1972. Negara tuan rumah umumnya memiliki keunikan, serta memanfaatkan Miss Universe untuk mempromosikan pariwisata negara tersebut.⁸⁵ Namun kepemilikan Kayser-Roth Corp atas Miss Universe Inc tidak berlangsung lama.

Gulf & Western Industries menjadi pemilik yang ketiga karena mengakuisisi Kayser-Roth Corp, ketika memasuki tahun ke-23 berdirinya Miss Universe Inc pada tahun 1975. Alasan Gulf & Western Industries mengakuisisi perusahaan tersebut adalah karena ingin membesarkan perusahaan dan memonopoli pasar. Oleh karena itu, maka kembali terjadi pemindahan kantor pusat Miss Universe Inc dari Karolina menuju kota New York.⁸⁶

Miss Universe Inc beralih tangan untuk yang keempat kalinya kepada sebuah perusahaan yaitu ITT Corp (*International Telephone and Telegraph Corporation*), di tahun 1980. Alasan ITT Corp mengakuisisi Miss Universe Inc hampir serupa dengan Gulf & Western Industries, mengingat bahwa ITT Corp merupakan salah satu korporasi AS yang juga memiliki berbagai usaha di banyak bidang, serta ingin mengekspansi pasarnya. Di masa kepemilikan ITT Corp secara resmi terdapat penambahan ajang, yaitu Miss Teen USA untuk perempuan di bawah umur 18 tahun sejak tahun 1983. Pemindahan kantor pusat pun mengalami pemindahan kembali yaitu menuju Los Angeles.⁸⁷

⁸⁵ Harold Glasser adalah penehat umum dari Kayser-Roth Corp. Diolah dari berbagai sumber: revolv.com/topic/Miss%20Universe&item_type=topic, legacy.com/obituaries/nytimes/obituary.aspx?pid=144064083, dan Miss Universe Organization. 2012. *Historical Highlights*. New York: press.missuniverse.com, pada 09 Desember 2017, pukul 22:27 WIB.

⁸⁶ Diolah dari berbagai sumber: marketplace.org/2016/05/31/world/profits-gulf-and-western dan revolv.com/topic/Miss%20Universe&item_type=topic, pada 05 September 2017, pukul 02:44 WIB.

⁸⁷ Diolah dari berbagai sumber: revolv.com/main/index.php?s=ITT%20Corp&item_type=topic dan Miss Universe Organization. 2012. *Historical Highlights*. New York: press.missuniverse.com, pada 05 September 2017, pukul 02:44 WIB.

Miss Universe Inc mengalami perubahan kembali setelah ITT Corp menjualnya kepada Donald Trump di tahun 1996. Donald Trump membagi sahamnya sebesar 50% dengan stasiun televisi CBS dan menjadi pemilik Miss Universe Inc yang kelima. Perubahan yang terjadi dalam kepemilikan Trump diawali dengan pemindahan kantor pusat ke kota New York, sekaligus perubahan nama menjadi Miss Universe Organization. Perubahan ini juga mencakup pergantian kepemimpinan organisasi tersebut kepada Donald Trump hingga tahun 2001, dan kepada Paula Shugart di tahun berikutnya.⁸⁸ Struktur organisasi dalam Miss Universe mulai terbentuk dan nampak jelas dikarenakan telah menjadi organisasi yang terpisah dari perusahaan pemiliknya.⁸⁹

Perkembangan lainnya yang terjadi dalam organisasi Miss Universe adalah pada hadirnya logo dan semboyan organisasi tersebut. organisasi Miss Universe menciptakan logo bergambar seorang perempuan mengepalkan tangan ke atas dengan dipenuhi bintang-bintang, yang memiliki arti yaitu mewakili kecantikan dan tanggung jawab seorang wanita di alam semesta,⁹⁰ sebagai berikut:



Gambar 4.1. Logo Miss Universe⁹¹
Sumber: Berita Kosta Rika

⁸⁸ Paula Shugart adalah Wakil Direktur Produksi Organisasi Miss Universe 1998. *Ibid Historical*.

⁸⁹ Struktur MUO: Presiden; wapres keuangan; direktur departemen bakat; direktur operasi waralaba internasional; manajer pengembangan bakat; koor eksekutif & perizinan; koor eksekutif, produksi, & legal; penasehat; direktur multimedia; wapres produksi; pengembang bisnis & pemasaran; direktur waralaba domestik; direktur layanan informasi & administrasi; supervisor akuntansi; pengawas multimedia; direktur humas. Diakses dari: prd-ext-webtier-1264707708.us-east-1.elb.amazonaws.com/members/staff, pada 14 Desember 2017, pukul 10:13 WIB.

⁹⁰ Diakses melalui: wonderslist.com/10-lesser-known-facts-about-miss-universe/, pada 15 Agustus 2017, pukul 21:25 WIB.

⁹¹ Diakses melalui: thecostaricanews.com/miss-universe-2017/miss-universe-logo/, pada 15 Juni 2017, pukul 22:12 WIB.

Organisasi yang dimiliki Trump juga menciptakan semboyan, yaitu “*Confidently Beautiful*”. Semboyan tersebut menyiratkan makna bahwa organisasi ini bertujuan agar perempuan mampu mengembangkan rasa percaya diri dan berusaha menjadi yang terbaik bagi dirinya sendiri. Donald Trump melakukan modernisasi dan pengagungan pada ketiga sistem pemahkotaan ajang Miss Universe, Miss USA, dan Miss Teen USA.⁹² Organisasi Miss Universe sejak saat itu mulai melibatkan banyak pihak dalam penyelenggaraan ajangnya.

Organisasi Miss Universe mulai menjalin hubungan kerja sama dengan berbagai pihak dalam kepemilikan Trump. Diawali dari peralihan pembagian saham dari CBS kepada NBC sebesar 50% pada tahun 2002, sekaligus menandakan NBC menjadi pemilik keenam organisasi ini bersama Trump. Lalu mulai bermunculan berbagai pihak sponsor dan mitra kerja yang berkaitan dengan komitmen organisasi ini yaitu meningkatkan kesadaran akan HIV/AIDS, kanker payudara dan ovarium, dengan memusatkan pada masalah kesehatan dan reproduksi perempuan.⁹³ Oleh karena itu organisasi ini menjalin hubungan dengan pihak yang berkomitmen pada penelitian dan pendidikan tentang kesehatan.

Organisasi Miss Universe tidak hanya peduli dengan masalah kesehatan perempuan, melainkan juga terhadap kegiatan lainnya. Hal ini dikarenakan organisasi tersebut menganggap pentingnya terlibat dalam memberikan dan menyediakan platform internasional yang berdedikasi untuk kemitraan amal. Miss Universe adalah sosok pemimpin dan panutan yang bekerja untuk mempengaruhi perubahan positif melalui kegiatan relawan, penggalangan dana, dan advokasi.

⁹² Diolah dari: Miss Universe Organization. 2012. *History of the Pageant*. New York: press.missuniverse.com dan pageantcenter.com/miss_universe_pageant.html, pada 15 Agustus 2017, pukul 21:31 WIB.

⁹³ Miss Universe Organization. 2012. *History of the Pageant*. New York: press.missuniverse.com.

Para perempuan tersebut dapat memperkuat tujuan karir pribadi mereka, mengadvokasi masalah kemanusiaan, dan bersuara dalam mempengaruhi perubahan positif di dunia. Organisasi ini mengajak agar kaum perempuan dapat berpikir jauh ke depan dan termotivasi untuk tidak hanya membicarakan masalah perubahan, tetapi juga dapat memprakarsainya.

Organisasi Miss Universe juga mencoba menyadarkan kaum perempuan untuk dapat beralih pada bidang karir yang lebih tinggi, seperti di pemerintahan, bisnis, keuangan, penyiaran, film, dan televisi.⁹⁴ Di satu sisi Miss Universe memiliki kewajiban dalam berbagai kegiatan amal, tetapi di sisi lain kehidupan mereka berubah menjadi mewah atau kelas sosialnya meningkat. Hal ini dapat dilihat bahwa Miss Universe difasilitasi secara lengkap oleh organisasi tersebut beserta pihak sponsornya.⁹⁵ Miss Universe adalah representasi profesional dari organisasi Miss Universe yang akan melakukan berbagai aktivitas kelas atas atau kaum elit. Ia akan melakukan perjalanan ekstensif untuk mewakili sponsor dan mitra amal dari organisasi tersebut.⁹⁶ Meski Organisasi Miss Universe mengajarkan kaum perempuan untuk memiliki jiwa sosial, namun organisasi ini mengajarkan pula kepada perempuan untuk memiliki kelas sosial yang tinggi. Hal ini menjadi salah satu penyebab organisasi dan ajang tersebut populer di kalangan masyarakat dunia, terutama kaum perempuan.

⁹⁴ *Ibid*

⁹⁵ Fasilitas 1 tahun Miss Universe: apartemen mewah di New York City termasuk biaya hidup; pendidikan di Film Academy College of Visual Performing Arts; produk perawatan & peralatan CHI Haircare; perhiasan DIC; lemari sepatu Chinese Laundry; pakaian renang Yamamay; produk perawatan kulit Image Skincare; layanan pribadi & keanggotaan Gravity Fitness di hotel Le Parker Meridien; layanan rambut John Barrett salon; dermatologi & perawatan kulit Dr. Cheryl Thellman-Karcher; konsultasi kesehatan & gizi Tanya Zuckerbrot, MS, RD; layanan gigi Dr. Jan Linhart, D.D.S; lemari pakaian beserta *styling* pribadi oleh perancang busana organisasi Miss Universe. Diakses melalui: missuniverse.com/competition, pada 30 Agustus 2017, pukul 10:39 WIB.

⁹⁶ Miss Universe mendapat akses untuk masuk ke berbagai acara di New York, peluang *casting*, pemutaran film, pertunjukan *broadway*, & pesta peluncuran berbagai produk. *Ibid*

Organisasi Miss Universe dalam perjalanannya menetapkan standar kecantikan perempuan secara global. Organisasi ini menerbitkan sebuah buku yang berjudul “*Universal Beauty: Miss Universe Guide to Beauty*” pada tahun 2006. Buku tersebut berisikan tentang bentuk tubuh yang indah, kulit yang sempurna, tata cara berpenampilan, merias wajah yang baik dan benar, serta hal kecantikan fisik lainnya. Popularitas dari organisasi ini juga semakin meningkat ketika organisasi ini mengizinkan perempuan transgender bergabung dalam ajang Miss Universe 2012. Kepopularitasan organisasi ini menjadikan Miss Universe berkembang menjadi organisasi internasional yang memajukan dan mendukung kesempatan bagi perempuan serta sebagai inisiatif filantropi di seluruh dunia, seperti contohnya saat bekerja sama dengan *Cordaid* (badan pembangunan Belanda) dan mengumpulkan dana bantuan untuk korban bencana topan yolanda di Filipina tahun 2014.⁹⁷ Di samping karena melakukan hal-hal yang positif, popularitas dari organisasi ini semakin mencuat akibat perilaku pemiliknya.

Organisasi Miss Universe yang saat itu dimiliki oleh Trump, kemudian mengakhiri hubungan kerja sama dengan NBC yang merupakan mitra media utamanya. Pemutusan hubungan bisnis ini dilakukan sebagai tanggapan NBC atas komentar politik kampanye kepresidenan Trump mengenai anti-imigran yang menyinggung warga Hispanik (Spanyol).⁹⁸ Trump menjadi pemilik tunggal dari organisasi ini setelah NBC menjual 50% sahamnya pada Trump. Namun hal itu hanya bertahan selama tiga hari, hingga akhirnya Trump menjual organisasi ini.

⁹⁷ Diolah dari berbagai sumber: Miss Universe Organization. 2012. *Historical Highlights*. New York: press.missuniverse.com; Cara Birnbaum. 2006. *Universal beauty: The Miss Universe Guide to Beauty*. New York: Miss Universe Organization; dan Miss Universe Organization. 2012. *Paula M. Shugart: President of the Miss Universe Organization*. New York: press.missuniverse.com.

⁹⁸ Diakses melalui: sunstar.com.ph/baguio/opinion/2017/01/24/gacad-miss-u-521831, pada 16 Agustus 2017, pukul 03:51 WIB.

Menanggapi permasalahan tersebut, sebuah agensi bakat dalam bidang olahraga, *events*, media, dan *fashion* yaitu WME/IMG justru bersedia membeli organisasi Miss Universe. WME/IMG resmi menjadi pemilik yang ketujuh dari organisasi tersebut sejak september 2015. Agensi ini langsung menggandeng Fox dan Azteca sebagai mitra penyiar utama ajang Miss Universe. WME/IMG di masa kepemilikannya tetap fokus pada pengalaman, pemberdayaan, dan pendidikan untuk perempuan. Pemimpin dalam organisasi Miss Universe yaitu Paula Shugart bahkan tidak berganti, sehingga tujuan utama organisasi ini masih tetap yaitu untuk mematahkan stereotip bahwa yang terpenting dalam kontes kecantikan bukan kesempurnaan dan kecantikan. Paula Shugart justru ingin mengedepankan keberagaman antar perempuan yang berbeda warna kulit dan kemampuan, sehingga perempuan bisa nyaman dengan dirinya sendiri. Paula Shugart juga ingin agar perempuan di dunia tidak memiliki rasa takut dan berani mengambil resiko, menghadapi tantangan hidup dan selalu berusaha menjadi yang terbaik.

Organisasi Miss Universe yang berada di bawah naungan WME/IMG, tidak lagi hanya peduli pada kaum perempuan. Organisasi ini mulai menjalin kerja sama untuk pemberdayaan anak, sebagai contohnya yaitu Smile Train yang merupakan lembaga penggalang dana untuk anak-anak internasional yang kurang mampu dan memiliki bibir sumbing, dan Best Buddies sebagai lembaga yang berkepentingan untuk membantu anak-anak disabilitas. Organisasi ini pun mendapatkan berbagai sponsor baru di tahun 2016, namun tetap menjalin hubungan dengan pihak sponsor yang lama.⁹⁹

⁹⁹ Diolah dari berbagai sumber: sunstar.com.ph/baguio/opinion/2017/01/24/gacad-miss-u-521831; globalbeauties.com/gb-grand-slam/; missuniverse.com/charity/1000003; dan Miss Universe Organization. 2012. *Paula M. Shugart: President of the Miss Universe Organization*. New York: press.missuniverse.com, pada 25 Oktober 2017, pukul 21:54 WIB.

Perjalanan panjang yang telah dilalui oleh organisasi Miss Universe serta perubahan dan perkembangannya yang cukup pesat, dapat di rangkum yaitu:

Tabel 4.1. Kepemimpinan Organisasi Miss Universe¹⁰⁰

Tahun	Nama	Profesi	Tujuan
1952-1958	Oscar Meinhardt	Presiden International Beauty Congress Produser ajang Miss Universe dan Miss USA.	Persahabatan dan perdamaian dunia.
1959-1986	Harold Glasser	Letnan PD II, Presiden American Society of Corporate Secretary, Penasehat Umum Kayser-Roth Corp, dan Walikota Saddle Rock.	Persahabatan, perdamaian dunia, dan pariwisata.
1987-1995	Tidak diketahui	Tidak Diketahui	Tidak diketahui
1996-2000	Donald Trump	Pebisnis Internasional	Hiburan, komersil, modernisasi, dan kelas sosial perempuan.
2001-sekarang	Paula Shugart	Produser TV; komisaris Bloomberg; Dewan Penasehat Dekan Fakultas Komunikasi, Universitas Ohio; anggota aktif perserikatan sutradara dan produser Amerika; dan anggota terhormat Dewan Kepemimpinan Perempuan, Sekolah Pemerintahan Kennedy Harvard.	Mematahkan stereotip kesempurnaan & kecantikan; keberagaman; kepercayaan diri, keberanian, pendidikan, karir & kesehatan perempuan; pendidikan & kesehatan anak; sosial & kemanusiaan.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Pemimpin organisasi Miss Universe hadir dari latar belakang profesi yang berbeda-beda, sehingga terdapat ciri khas dari tujuan yang diusung oleh setiap pemimpin organisasi tersebut. Tujuan yang diusung pun selaras dengan profesi dari masing-masing pemimpin, sehingga orientasi organisasi ini terus berkembang atau bahkan mengalami pergeseran. Dengan demikian, maka kepentingan yang hadir tidak hanya dalam lingkup perusahaan yang menaungi organisasi Miss Universe ataupun domestik di wilayah AS, melainkan untuk kepentingan komunal secara internasional di berbagai bidang kehidupan masyarakat dan di berbagai wilayah negara di dunia.

Dengan bergantinya kepemilikan dan kepemimpinan dari organisasi Miss Universe, maka dapat dilihat perkembangan dari organisasi tersebut dan berbagai perubahan yang terus terjadi dalam organisasi organisasi Miss Universe selama 65 tahun perjalanannya, yaitu sebagai berikut:

¹⁰⁰ Diolah dari berbagai sumber: press.missuniverse.com, revolv.com, dan oocities.org, pada 05 September 2017, pukul 02:44 WIB.

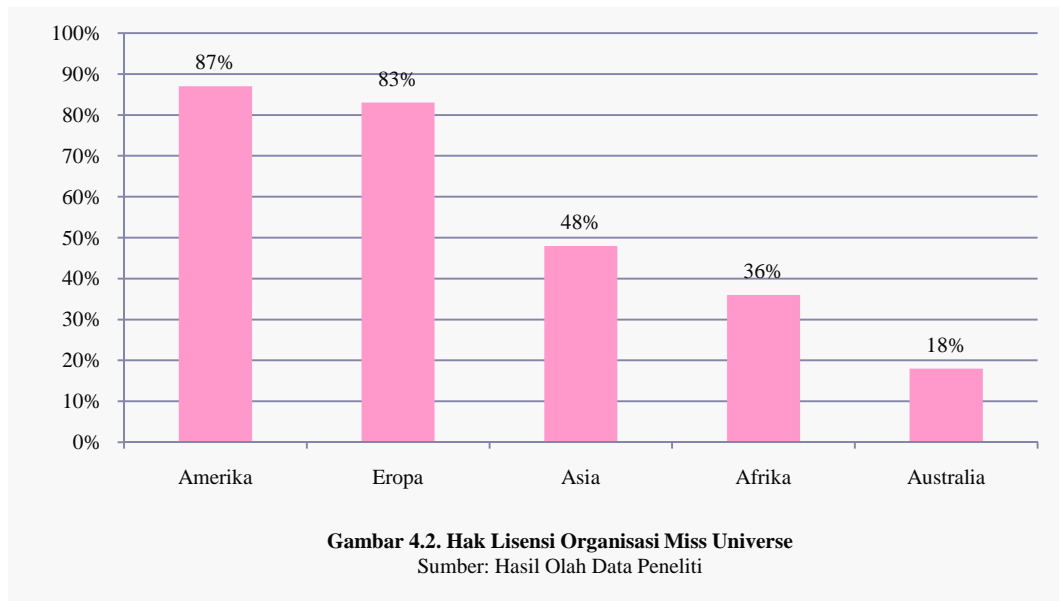
Tabel 4.2. Komparasi Perkembangan Organisasi Miss Universe

Pemilik	Jenis Usaha	Pergeseran Organisasi			
		Tujuan	Struktur	Dana	Kerjasama Eksternal
Pacific Knitting Mills (1952-1958) Kalifornia	Pakaian renang, kain, dan pakaian rajut.	Promosi pakaian renang; menghimpun negara untuk persahabatan; & perdamaian.	Di bawah perusahaan	Perusahaan, biaya lisensi anggota MUO, & sponsor.	Perancang mahkota dan komunitas kontes kecantikan.
Kayser-Roth Corporation (1959-1974) Kalifornia	Kaus kaki, pakaian dalam, tidur dan <i>leggings</i> .	Promosi pakaian dalam, media hiburan, & promosi pariwisata.	Di bawah perusahaan	Perusahaan, biaya lisensi anggota MUO, & sponsor.	Perancang mahkota & media.
Gulf & Western Industries (1975-1980) New York	Bamper mobil, keuangan, manufaktur, pakaian, properti, dan lain-lain.	Monopoli pasar	Di bawah perusahaan	Biaya lisensi anggota MUO & sponsor.	Perancang mahkota & media.
ITT Corp (1980-1995) Los Angeles	Transportasi, energi, industri, & komunikasi.	Ekspansi pasar	Di bawah perusahaan	Biaya lisensi anggota MUO & sponsor.	Perancang mahkota & media.
Donald Trump & CBS (1996-2002) New York	Pebisnis Internasional & Stasiun TV.	Hiburan internasional; pemberdayaan, peningkatan kelas sosial & peran perempuan; kesehatan; kemanusiaan & sosial; standarisasi kecantikan.	Organisasi terpisah	Biaya lisensi anggota MUO, sponsor, & tiket penonton ajang MU.	Perancang mahkota, media, lembaga pendidikan dan penelitian kesehatan, lembaga amal, berbagai produk dan jasa kecantikan.
Donald Trump & NBC (2002-2015) New York	Pebisnis Internasional & Jaringan TV.	Hiburan internasional; pemberdayaan, peningkatan kelas sosial & peran perempuan; kesehatan; kemanusiaan & sosial; standarisasi kecantikan.	Organisasi terpisah	Biaya lisensi anggota MUO, sponsor, & tiket penonton ajang MU.	Perancang mahkota, media, lembaga pendidikan dan penelitian kesehatan, lembaga amal, berbagai produk dan jasa kecantikan.
WME/IMG (2015-sekarang) New York	Agensi Bakat: olahraga, <i>events</i> , media, dan <i>fashion</i> .	Pemberdayaan, keberagaman, kesehatan, pendidikan perempuan dan anak; kemanusiaan dan sosial.	Organisasi terpisah	Biaya lisensi anggota MUO, sponsor, & tiket penonton ajang MU.	Perancang mahkota, media, lembaga amal, pendidikan dan penelitian kesehatan, & produk- jasa kecantikan.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Organisasi Miss Universe semakin memberikan kontribusinya untuk masyarakat dunia. Organisasi ini juga tidak lagi mengalami tumpang tindih kekuasaan atau pembagian kerja dalam organisasinya. Keunikan lainnya yaitu, cakupan kerja sama yang dilakukan semakin meluas dengan pihak di berbagai bidang dan bahkan berada di level internasional. Meski demikian, mitra yang terlibat masih tetap relevan dengan tujuan yang di usung oleh masing-masing kepemilikan.

Organisasi Miss Universe memiliki jaringan yang meluas di seluruh kawasan di dunia. Organisasi ini telah memberikan lisensinya kepada 122 negara dari total 209 negara di dunia menurut UNESCO:¹⁰¹



Organisasi Miss Universe telah berhasil memberikan lisensinya ke berbagai negara di seluruh kawasan di dunia. Organisasi tersebut telah memiliki hak yang besar dalam mengontrol ajang pemilihan Miss Universe nasional di kawasan Amerika yaitu 87% dari total 44 negara dan Eropa yaitu 83% dari 37 negara di kawasan tersebut. Sementara di kawasan Asia yang memiliki 46 negara dapat dikuasai sebesar 47,9%, kawasan Afrika sebesar 36,4% dari 55 negara yang dimiliki, serta kawasan Australia yang terdiri atas 17 negara yaitu dengan persentase 17,7%. Keanggotaan organisasi Miss Universe yang meluas ke seluruh penjuru dunia, menunjukkan bahwa organisasi tersebut telah memiliki pengaruh yang cukup kuat dan memiliki nilai-nilai yang dapat diterima oleh sebagian besar masyarakat dunia yang berbeda-beda latar belakang budaya.

¹⁰¹ Lihat Lampiran I

Luasnya keanggotaan organisasi Miss Universe, menarik minat berbagai pihak untuk terlibat dengan organisasi tersebut. Sepanjang sejarahnya, organisasi Miss Universe mengalami peningkatan kerja sama eksternal sebagai berikut:

Tabel 4.3. Sponsor dan Mitra Organisasi Miss Universe¹⁰²

Pemilik	Sponsor		Mitra	
	Manufaktur	Jasa	Media	NGOs / IGOs
Pacific Knitting Mills	Catalina Swimwear, Romanov Crown, Metallic Bronze Crown, dan Star of the Universe Crown.	Long Beach Pageant Inc.	-	-
Keyser-Roth Corp	Rhinestone Jewelry Corporation, Sarah Coventry Inc, dan Chandelier Company.	-	CBS	-
Gulf & Western Industries	Chandelier Company.	-	CBS	-
ITT Corp	Chandelier Company.	-	CBS	-
Donald Trump & CBS Donald Trump & NBC	Chandelier Company, Mikimoto Company, Cao Fine Jewelry, Diamond Nexus Labs, Diamonds International Corp, Krayolan, Dar Be Dar Swimwear, Nina Footwear, Sherri Hill, Chinese Laundry Shoes, Yamamay Swimwear, CHI Haircare, Carrera Jeans, Bold Sunless Tanning, MONE, OPI Products Inc, Russian Standard Vodka, Badia Spices, dan MAC.	IMAGE Skincare, Baptist Health South Florida, OPTX Eyewear, O.P Makeup Studio, High 5 Casino, NY Film Academy, Planet Hollywood. Mercedes-Benz Russia, SBA Airlines, PAWA Airlines, dan Delta Airlines.	CBS & NBC	Aid for AIDS, Latino Commission on AIDS, God's Love We Deliver, PSI/YouthAIDS, The Global Network for Neglected Tropical Diseases, Gay Men's Health Crisis, Same Sky Trade Initiative, dan Cordaid.
WME/IMG	Sponsor dikepemilikan sebelumnya, ditambah Jealous 21 Casual Wear dan Pajamasutra.	Sponsor dikepemilikan sebelumnya ditambah Vodi, Yourmoji, dan Philippine Airlines.	Fox & Azteca	Mitra sebelumnya, ditambah Smile Train dan Best Buddies.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Semakin banyaknya pihak sponsor dan mitra yang terlibat dalam penyelenggaraan ajang Miss Universe, menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki jaringan luas yang telah mengglobal. Aktor-aktor internasional non-negara yang melakukan kerja sama dengan organisasi tersebut hadir dari berbagai bidang perusahaan dan lembaga internasional yang memiliki satu visi dengan organisasi Miss Universe. Pihak-pihak yang terlibat juga relevan dengan berbagai tugas yang akan dijalankan oleh Miss Universe maupun para finalis dalam memberikan kontribusinya secara lokal maupun secara global kepada berbagai pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dengan organisasi tersebut.

¹⁰² Diolah dari: pressmissuniverse.com, thepageantcommunity.com, pageantcenter.com, revolv.com, dan americason.com, pada 16 Desember 2017, pukul 23:48 WIB.

4.2 Evolusi Penyelenggaraan Ajang Miss Universe

4.2.1 Perkembangan dan Perubahan Ajang Miss Universe

Ajang Miss Universe mengalami perubahan dan perkembangan yang pesat selama 66 kali digelarnya ajang. Sepanjang perjalanannya ia selalu membawa keunikan, sehingga terdapat perbedaan di setiap tahunnya yang salah satunya yaitu dalam hal jumlah keterlibatan negara-negara di dunia. Meski partisipan ajang jumlahnya selalu berbeda, namun organisasi ini berhasil menghimpun 44,1% dari total 209 negara di dunia untuk terlibat dalam ajang yang digelarnya.

Tabel 4.4. Jumlah Negara Partisipan Ajang Miss Universe¹⁰³

Tahun	Jumlah Negara	Tahun	Jumlah Negara	Tahun	Jumlah Negara	Tahun	Jumlah Negara	Tahun	Jumlah Negara
2016	86	2003	71	1990	71	1977	80	1964	59
2015	81	2002	75	1989	76	1976	72	1963	50
2014	88	2001	77	1988	66	1975	71	1962	51
2013	86	2000	79	1987	68	1974	65	1961	48
2012	88	1999	84	1986	77	1973	61	1960	41
2011	89	1998	81	1985	79	1972	61	1959	34
2010	83	1997	74	1984	81	1971	60	1958	36
2009	84	1996	79	1983	80	1970	63	1957	32
2008	80	1995	82	1982	77	1969	61	1956	30
2007	77	1994	77	1981	75	1968	65	1955	33
2006	86	1993	79	1980	69	1967	56	1954	33
2005	81	1992	78	1979	75	1966	58	1953	27
2004	80	1991	73	1978	75	1965	57	1952	30

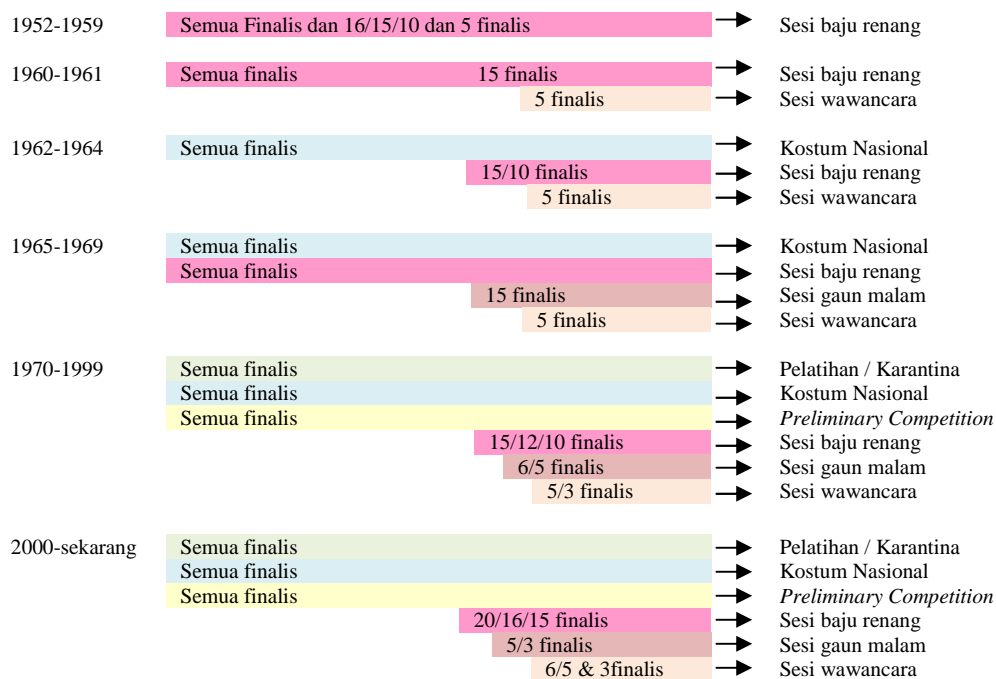
Catatan: jumlah partisipan Ajang Miss Universe 2017 mencapai 92 negara

Sumber: Pageantopolis

Eksistensi ajang Miss Universe masih berlangsung hingga gelarannya yang ke 66 dan semakin diminati setiap tahunnya oleh berbagai negara. Persentase partisipan ajang selalu meningkat, yaitu 14,5% negara berpartisipasi di era 1950, menjadi 24,5% negara yang terlibat di era 1960, jumlah partisipan kembali bertambah yaitu 31% di era 1970, lalu 34% di era 1980. Negara yang tergabung sedikit meningkat yaitu 35,5% di era 1990 dan peningkatan masih terjadi yaitu 37,5% partisipan di era 2000 saat ini. Selain perubahan jumlah partisipan, terdapat pula perubahan format acara atau kompetisi yang digelar dalam ajang ini.

¹⁰³ Diakses melalui: pageantopolis.com/, pada 23 Desember 2017, pukul 00:09 WIB.

Miss Universe Inc pada awalnya hanya menggelar kompetisi tunggal yaitu kompetisi pakaian renang yang berlangsung hingga tahun 1959. Sesi kompetisi yang digelar mulai berkembang di tahun berikutnya ketika sesi wawancara untuk finalis tiga besar mulai digelar sejak tahun 1960. Sesi kostum nasional pun mulai digelar di tahun 1962. Perkembangan kompetisi yang digelar masih berlanjut ketika memasuki tahun 1965, yaitu hadirnya sesi gaun malam. Seluruh finalis memiliki kewajiban mengikuti pelatihan di karantina dan *preliminary competition* sebelum menghadapi berbagai kompetisi di malam *grand final* yang terdiri dari sesi kompetisi pakaian renang, gaun malam, dan wawancara atau tanya jawab finalis dengan juri atau pembawa acara, mulai tahun 1970. Ajang ini juga menambahkan sesi untuk finalis lima besar yaitu sesi *final look* (berjalan di atas panggung diiringi penyanyi bintang tamu), sejak tahun 2002 hingga tahun 2014 dan tahun 2014 hingga tahun 2017 berlaku untuk finalis tiga besar.¹⁰⁴



Gambar 4.3. Kompetisi dalam Ajang Miss Universe

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

¹⁰⁴ Diakses melalui: revolv.com/topic/Miss%20Universe&item_type=topic, pada 05 September 2017, pukul 02:44 WIB.

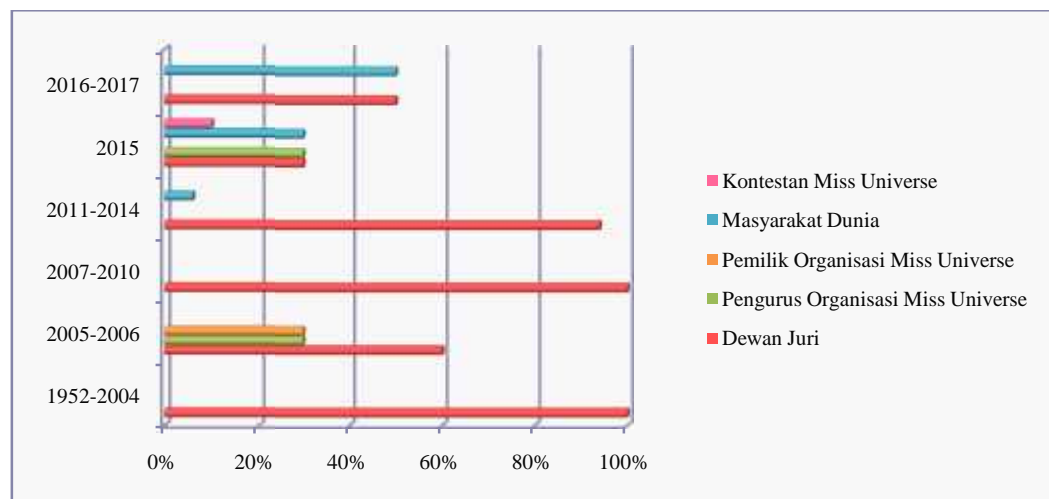
Ajang Miss Universe dengan demikian tidak lagi sekedar menggelar persaingan fisik, namun memberikan pembekalan untuk kaum perempuan baik secara fisik maupun pengetahuan sebelum menghadapi malam *grand final* Miss Universe, sehingga ajang ini juga mempertunjukkan persaingan kemampuan dan sikap perempuan. Ajang Miss Universe juga memberikan kesempatan bagi negara-negara partisipan untuk menampilkan citra maupun budaya negaranya. Perkembangan dari kompetisi yang digelar, disertai pula dengan perubahan sistem penyisihan finalis. Dengan adanya perkembangan kompetisi yang digelar, maka terdapat pula perubahan sistem penilaian terhadap finalis.

Pada awalnya finalis di nilai berdasarkan keputusan mutlak dari dewan juri. Hak penuh penilaian juri, berlangsung sejak tahun 1952 sampai dengan tahun 2004. Berbeda halnya di tahun 2005 dan 2006, penilaian finalis bersumber dari dua pihak yaitu sembilan finalis berdasarkan keputusan dewan juri dan enam finalis berdasarkan keputusan dari Organisasi Miss Universe, termasuk Trump.¹⁰⁵ Perubahan dalam penilaian finalis juga terjadi di tahun 2011, karena masyarakat dunia mulai dilibatkan untuk memilih kostum nasional dari negara yang terbaik dan hak memilih satu finalis melalui media sosial *facebook*. Dengan demikian terdapat 14 finalis pilihan juri dan satu finalis pilihan terbanyak dari masyarakat dunia untuk menuju *grand final*. Ajang ini mengalami perubahan drastis pada tahun 2015, yaitu lebih banyak melibatkan berbagai pihak dalam menilai finalis sejak dimulainya malam *grand final* hingga penobatan Miss Universe 2015.

Masyarakat dunia untuk pertama kalinya dapat memilih finalis Miss Universe yang disukai untuk berkompetisi sepanjang malam *grand final* melalui

¹⁰⁵ Diakses melalui: edition.cnn.com/2009/SHOWBIZ/09/02/trump.pageant.selection/index.html, pada 19 Desember 2017, pukul 15:30 WIB.

aplikasi Miss Universe yaitu Miss U dan aplikasi sponsor yaitu Vodi sejak tahun 2015. Media lainnya seperti *facebook*, *twitter*, dan *email*, masih tetap dapat digunakan untuk memilih para finalis. Di kalangan para finalis juga memiliki hak untuk memilih finalis tiga besar yang layak menjadi Miss Universe. Ajang di tahun 2016 juga memberlakukan cara ini, hanya saja para finalis tidak memiliki hak memilih finalis tiga besar. Sementara pemilihan finalis di tahun 2017 dibagi berdasarkan kawasan, dengan empat kategori yang disediakan yaitu empat negara dari kawasan Afrika dan Asia Pasifik, empat negara dari kawasan Eropa, empat negara dari kawasan Amerika, dan empat negara yang dipilih karena mendapatkan *wildcard* dari dewan juri dan masyarakat dunia.¹⁰⁶



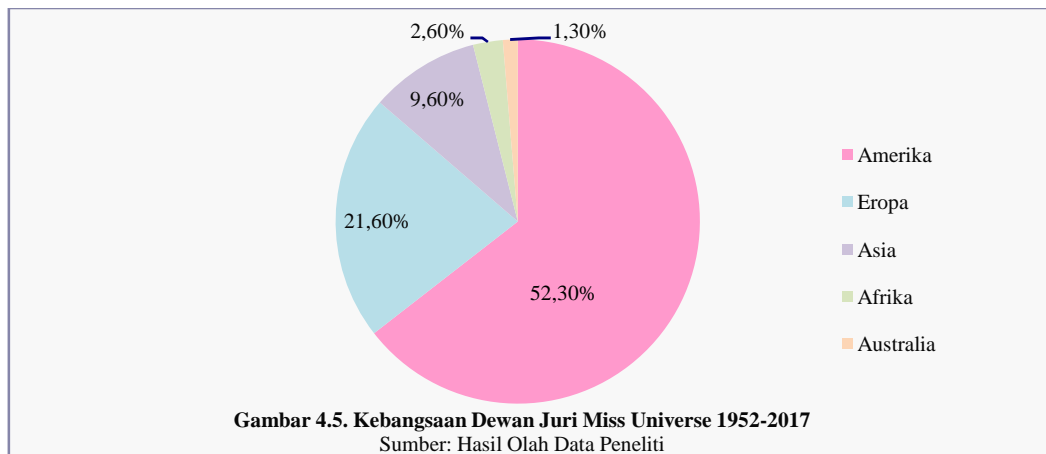
Gambar 4.4. Keterlibatan Penilaian Miss Universe
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Suara mutlak dari satu pihak perlahan mulai memudar, karena ajang Miss Universe semakin membuka ruang bagi berbagai pihak baik secara lokal maupun global untuk berkontribusi memberikan suara dalam menilai kontestan. Saat ini bahkan terjadi keseimbangan hak suara antara dewan juri dan masyarakat dunia. Hak mutlak dari dewan juri yang perlahan semakin berkurang juga nampak dari

¹⁰⁶ Diolah dari berbagai sumber: missuniverse.com/post/2057 dan [instagram.com/missuniverse/](https://www.instagram.com/missuniverse/) 19 Desember 2017, pukul 15:30 WIB.

kebebasan yang diberikan untuk para finalis dalam sesi wawancara di malam *grand final*. Para finalis bebas memilih pertanyaan dari finalis lainnya atau dari Miss Universe sebelumnya, di tahun 2003. Masyarakat dunia juga berhak menyumbangkan idenya berupa pertanyaan untuk para finalis melalui media sosial *facebook* saat sesi wawancara di tahun 2014.¹⁰⁷ Meski demikian, dewan juri adalah pihak yang tetap memegang peranan besar dalam ajang Miss Universe.

Ajang Miss Universe telah melibatkan pihak yang berbeda latar belakang suku bangsa dari berbagai kawasan untuk menilai para kontestan ajang tersebut.



Meski dewan juri dari berbagai kebangsaan telah dilibatkan, tetapi jumlah tersebut tidak terdistribusi secara merata. Dewan juri dari negara-negara Barat khususnya Amerika tetap memiliki dominasi lebih besar. Dengan begitu, individu dari negara-negara non-Barat tidak memiliki suara dan peranan yang kuat saat ajang Miss Universe berlangsung.

Jumlah yang tidak seimbang juga terjadi dalam profesi dewan juri yang dilibatkan. Pacific Knitting Mills lebih banyak melibatkan pihak dunia hiburan, termasuk pakar kontes kecantikan dan kalangan media untuk menjadi dewan juri

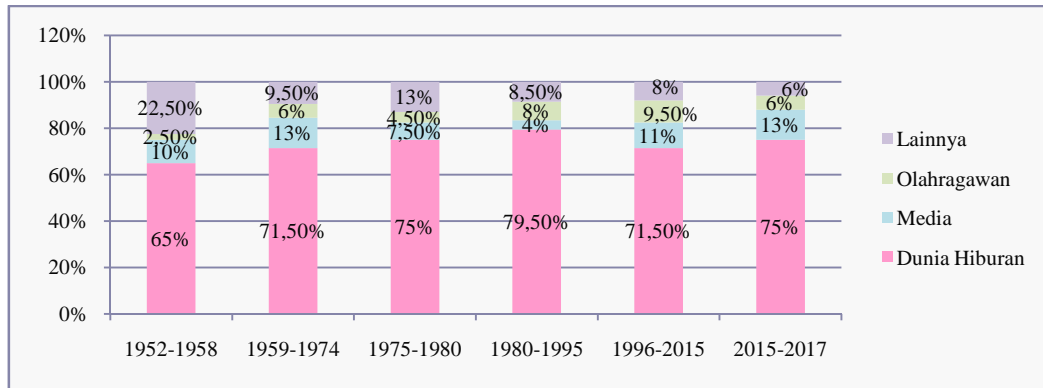
¹⁰⁷ Diakses melalui: edition.cnn.com/2009/SHOWBIZ/09/02/trump.pageant.selection/index.html, pada 19 Desember 2017, pukul 15:30 WIB.

ajang Miss Universe tahun 1952 hingga tahun 1958. Tetapi profesi lainnya seperti olahragawan, konspirator, pengusaha, akademisi, dan pimpinan maskapai juga dilibatkan. Berbeda dengan Keyser-Roth Corp, pada tahun 1959 sampai dengan tahun 1974 terjadi pergeseran drastis atas profesi dewan juri yang terlibat. Secara garis besar profesi dari dunia hiburan masih mendominasi, tetapi pihak yang nampak tidak relevan dengan ajang mulai dilibatkan seperti tentara PD II, diplomat, politisi, dan arsitek. Dalam kurun waktu ini pula untuk pertama kalinya pemenang Miss Universe sebelumnya dilibatkan dan juga aktivis AIDS.¹⁰⁸

Gulf & Western Industries dan ITT Corp membawa pembaharuan di kurun waktu 1975 hingga 1995. Gulf Western Industries memperlihatkan keunikan selama tahun 1975 sampai dengan tahun 1980, yaitu melibatkan bangsawan atau para putri kerajaan sebagai dewan juri. Selain itu, filantropis dan ratu kecantikan nasional di beberapa negara turut dilibatkan. Sementara ITT Corp melibatkan dewan juri yang berasal dari dunia hiburan sebanyak 79,5% selama masa kepemilikannya di tahun 1980 sampai tahun 1995. Ajang Miss Universe kembali membawa pembaharuan di era kepemilikan Trump pada tahun 1996 sampai tahun 2015. Dewan juri yang terlibat dalam ajang justru ada yang berasal dari kontes lain, seperti Miss World. Dalam masa kepemilikannya, pihak yang terlibat tidak jauh berbeda dari tahun-tahun sebelumnya yaitu didominasi profesi dunia hiburan. Tetapi pada saat itu, aktivis kemanusiaan, motivator bahkan koki mulai terlibat. Begitu pula dengan WME/IMG yang merupakan agensi bakat AS, lebih mengutamakan profesi dunia hiburan. Meski demikian, pemenang ajang Miss Universe sebelumnya secara rutin mulai dilibatkan sebagai dewan juri.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Lihat Lampiran II

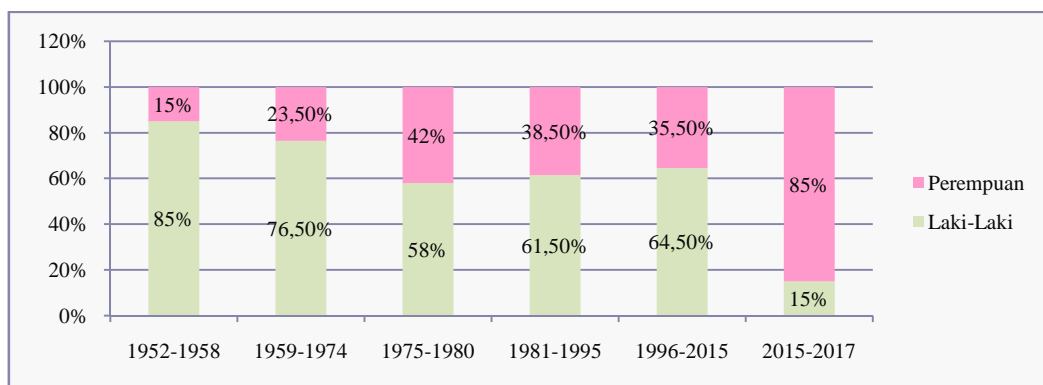
¹⁰⁹ *Ibid*



Gambar 4.6. Perbedaan Profesi Dewan Juri Miss Universe
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Ajang Miss Universe melibatkan dewan juri yang berprofesi paling relevan dengan esensi awal ajang yaitu sebagai acara hiburan. Meski melibatkan profesi dari bidang lain, umumnya profesi tersebut masih relevan dengan tujuan dari digelarnya ajang. Profesi yang memiliki relevansi paling besar dengan ajang ini selalu rutin dilibatkan setiap tahunnya. Pihak-pihak yang menjadi dewan juri tak jarang berprofesi di tingkat internasional dan bahkan merupakan aktor non-negara yang memiliki peranan penting. Perbedaan lainnya yang perlu diketahui dari pihak dewan juri yaitu perbandingan keterlibatan dewan juri perempuan dan laki-laki.

Ajang Miss Universe selalu melibatkan dewan juri perempuan maupun laki-laki di setiap tahunnya. Meski demikian, di masing-masing kepemilikan jumlah tersebut tidak pernah berada dalam porsi yang seimbang:¹¹⁰



Gambar 4.7. Komparasi Seks Dewan Juri Miss Universe 1952-2017
 Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

¹¹⁰ Lihat Lampiran II

Terjadi kesenjangan yang cukup besar atas hak suara antara perempuan dan laki-laki pada awal digelarnya ajang Miss Universe hingga beberapa tahun setelahnya. Sepanjang sejarah ajang Miss Universe, dominasi kaum laki-laki bahkan berlangsung dalam kurun waktu yang sangat lama. Meski pada dasarnya jumlah kaum perempuan yang dilibatkan cenderung meningkat, tetapi tetap saja jumlah dewan juri perempuan masih berada di bawah kaum laki-laki. Unikny, beberapa tahun terakhir ini ajang Miss Universe justru membalikan keterlibatan perempuan secara drastis menjadi lebih besar dibandingkan laki-laki.

Para dewan juri yang beragam latar belakang, memiliki peranan sama dalam memberikan penilaian kepada para kontestan ajang Miss Universe, untuk mendapatkan beberapa penghargaan yang telah disediakan dalam ajang tersebut:

Tabel 4.5. Penghargaan dalam Ajang Miss Universe¹¹¹

Nama Penghargaan	Tahun
Miss Universe	1952-sekarang
First Runner-up	1952-sekarang
Second Runner-up	1952-sekarang
Third Runner-up	1952-1989 & 2001-2014
Fourth Runner-up	1952-1989 & 2001-2014
Miss Friendship	1952-1959
Most Popular Girl in Parade	1953-1959
Miss Photogenic	1956-sekarang
Miss Amity	1960-2009
Best National Costume	1962-sekarang
Best in Swimsuit	1992-2008
Best Style	1993-2001
Best Hair	1993-2001
Miss Congeniality	2010-sekarang
Miss Flawless of the Universe	2016
Miss Phoenix Elegant, Jewel & Smile	2016

Sumber: Sens a Gent Dictionary

Dewan juri ajang Miss Universe memberikan penilaian dalam berbagai aspek, meski penilaian fisik masih sedikit mendominasi. Tetapi para finalis juga di nilai dalam hal sikap, cara berpenampilan, tata cara berbicara dan bahkan kemampuan. Hingga pada akhirnya akan dipilih finalis terbaik yang memenuhi semua kriteria

¹¹¹ Diakses melalui: dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/Miss%20Universe%20special%20awards/, pada 18 Desember 2017, pukul 00:06 WIB.

dan berhasil melalui berbagai tahap penyisihan, yang akan meraih gelar sebagai Miss universe. Ajang ini juga nampak tidak hanya sekedar memberikan penghargaan, melainkan memberikan beban tugas atau pembagian posisi pada kaum perempuan. Selain untuk kaum perempuan, ajang ini juga memberikan penghargaan untuk negara yang menjadi pilihan terbanyak masyarakat dunia.

Ajang Miss Universe tercatat telah 66 kali memberikan penghargaan kepada perempuan dari berbagai negara untuk menjadi Miss Universe.

Tabel 4.6. Pemenang Miss Universe¹¹²

Nama	Negara	Tahun	Nama	Negara	Tahun
Armi Kuusela	Finlandia	1952	D Carththy-Deu	Purto Riko	1985
Christine Martel	Perancis	1953	Barbara P Teyde	Venezuela	1986
Miriam Stevenson	Amerika Serikat	1954	Cecilia Bolocco	Chili	1987
Hellevi Rombin	Swedia	1955	P Nakhirunkanok	Thailand	1988
Caroi Moris	Amerika Serikat	1956	Angela Visser	Belanda	1989
Gladys Zender	Peru	1957	Mona Grudt	Norwegia	1990
Luz Marina Zuluaga	Kolombia	1958	Lupita Jones	Meksiko	1991
Akiko Kojima	Jepang	1959	Michelle McLean	Namibia	1992
Linda Bement	Amerika Serikat	1960	Dayanara Torres	Purto Riko	1993
Mariene Schmidt	Jerman	1961	Sushmita Sen	India	1994
Norma Nolan	Argentina	1962	Chelsi Smith	Amerika Serikat	1995
Idea Maria Vargas	Brasil	1963	Alicia Machado	Venezuela	1996
Corinna Tsopel	Yunani	1964	Brook Lee	Amerika Serikat	1997
Apasra Hongsakula	Thailand	1965	Wendy Fitzwilliam	Trinidad&Tobago	1998
M Arvidsson	Swedia	1966	Mpule Kwelagobe	Bostwana	1999
Sylvia Hitchcock	Amerika Serikat	1967	Lara Dutta	India	2000
M Vasconcellos	Brasil	1968	Denise M. Quinones	Purto Riko	2001
Gloria Diaz	Filipina	1969	Justin Pasek	Panama	2002
Marisol Malaret	Purto Riko	1970	Amelia Polanco	Rep. Dominika	2003
Georgia Risk	Lebanon	1971	Jennifer Hawkins	Australia	2004
Kerry Anne Wells	Australia	1972	Natalie Glebova	Kanada	2005
Margarita Moran	Filipina	1973	Zuleyka Jerris R.M	Purto Riko	2006
Amparo Munoz	Spanyol	1974	Riyo Mori	Jepang	2007
Anne Marie P	Finlandia	1975	Dayana Mendoza	Venezuela	2008
Rina Messinger	Israel	1976	Stefania Fernandez	Venezuela	2009
J Commissiong	Trinidad&Tobago	1977	Jimena Navarrete	Meksiko	2010
Margaret Gardiner	Afrika Selatan	1978	Leila Lopes	Angola	2011
Maritza Sayalero	Venezuela	1979	Olivia Culpo	Amerika Serikat	2012
Shawn Weatherly	Amerika Serikat	1980	Gabriela Isler	Venezuela	2013
Irene Saez	Venezuela	1981	Paulina Vega	Kolombia	2014
Karen Baldwin	Kanada	1982	Pia Wurtzbach	Filipina	2015
Lorraine Downes	Selandia Baru	1983	Irish Mittenaere	Perancis	2016
Yvonne Ryding	Swedia	1984	Demi-Leigh NP	Afrika Selatan	2017

Sumber: Organisasi Miss Universe

Secara garis besar pemenang dari ajang Miss Universe telah merata di seluruh kawasan di dunia, namun pemenangnya masih didominasi oleh kawasan tertentu.

¹¹² Miss Universe Organization. 2016. *Titleholders*. New York: press.missuniverse.com.

Beberapa tahun pertama digelarnya ajang, dominasi perempuan berkebangsaan Amerika, khususnya Amerika Utara sangat terlihat. Tetapi secara keseluruhan, Amerika Latin menempati posisi dominasi yang pertama yaitu sebesar 39,5%, yang dilanjutkan dengan perempuan dari kawasan Eropa dengan jumlah 18%, kemudian berlanjut pada finalis di negara-negara Asia dengan total 16%, Amerika Utara justru hanya mampu menguasai ajang tersebut sebesar 15%, sedangkan dua posisi terbawah yaitu Afrika yang hanya mampu mencapai kemenangan dengan presentase 7% dan Australia dengan angka terendah yaitu 4,5%.

4.2.2. Ajang Miss Universe 2015

Penelitian ini hanya fokus pada tayangan Miss Universe 2015, sehingga perlu pembahasan khusus mengenai penyelenggaraan tahun tersebut. Sebelum menuju malam *grand final*, para finalis wajib berada dalam karantina dari 01 Desember hingga 20 Desember 2015, dengan berbagai kegiatan:

Tabel 4.7. Jadwal Kegiatan Finalis Miss Universe 2015¹¹³

Tanggal	Kegiatan
01-07	<i>Registration & fittings, welcome event, film's segment</i> (Planet Hollywood Resort & Casino), dan <i>welcome dinner</i> (Buca di Beppo, Bally's Hotel & Casino).
08	<i>Flags of Miss Universe</i> (Neon Museum), <i>red rock canyon photoshoot</i> (Red Rock Canyon), <i>canal shoppes photoshoot</i> (The Venetian Hotel Resort Casino), <i>national costume photoshoot</i> (PH Resort & Casino), dan <i>Chinese Laundry event</i> (Zappos).
09	<i>Street art shoot</i> (Downtown Las Vegas), <i>beauty treatments</i> (Encore Spa), <i>roomate game</i> (Lago Restaurant, Bellagio Hotel & Casino), dan <i>film's segment and dinner</i> (Buca di Beppo & Tequila Taqueria, Bally's Hotel).
10	<i>choreography rehearsals</i> (Neon Museum), <i>exotics racing</i> (Exotics Racing), <i>eiffel tower experience</i> (Paris Las Vegas Hotel & Casino), <i>high roller</i> (The LINQ Hotel & Casino), dan <i>pajama party</i> (Planet Hollywood Resort & Casino).
11	<i>National gift auction</i> (Magical Forest, Opportunity Village) dan <i>choreography rehearsals</i> (Neon Museum).
12	<i>Choreography rehearsals, evening gown, swimsuit</i> , dan <i>glamour shoot</i> (Planet Hollywood Resort & Casino).
13	<i>talent show</i> dan <i>choreography rehearsals</i> (Planet Hollywood Resort & Casino).
14	<i>Preview/contestant interviews</i> (Planet Hollywood Resort & Casino).
15-20	<i>Supermodels unlimited carpet, Miss Universe portrait, contestant rehearsals, preliminary competition, on camera rehearsals, dan coronation night</i> (Planet Hollywood Resort & Casino).

Sumber: Diolah Dari Berbagai Sumber

¹¹³ Diolah dari: stage.missuniverse.com/photos/index/page:7/year:all/gallery_category_id:15, angelopedia.com/news/schedule-of-events-of-miss-universe-2015/1541, dan lasvegassun.com/vegadeluxe/2015/dec/08/photos-2015-miss-universe-pageant-contestants-arri/, pada 24 Maret 2018, pukul 19:17 WIB.

Para finalis Miss Universe melalui berbagai rangkaian kegiatan baik yang sifatnya hiburan maupun sosial. Persiapan berupa pelatihan dilakukan secara rutin sebelum digelarnya *preliminary competition* yang mencakup sesi perkenalan kontestan, sesi pakaian renang dan sesi gaun malam, hingga wawancara tertutup sebagai tahapan akhir dalam penilaian finalis. Berbagai rangkaian kegiatan tersebut digunakan sebagai wahana untuk menilai kontestan yang layak masuk ke babak semi final di malam *grand final* dan untuk menentukan para finalis yang berhak mendapatkan berbagai penghargaan yang disediakan. Secara keseluruhan, berbagai aktivitas selama masa karantina adalah bentuk kegiatan persiapan menuju malam *grand final*.

Di malam *grand final* Miss Universe, terdapat berbagai pihak yang dilibatkan seperti dewan juri, pembawa acara, dan bintang tamu yang berbeda-beda latar belakang profesinya.

Tabel 4.8. Pembawa Acara, Juri, dan Bintang Tamu Miss Universe 2015¹¹⁴

Peran	Nama	Kebangsaan	Profesi
Pembawa Acara	Steve Harvey Roselyn Sanchez	AS Purto Riko	Aktor, komedian, presenter & penulis Aktris, model, produser & penulis lagu
Juri	Niecy Nash Olivia Culpo Emmitt Smith Perez Hilton	AS AS AS AS	Aktris, model, presenter, komedian & produser Miss Universe 2012 & model Pemain bola Presenter TV & Blogger
Bintang Tamu	Charlie Puth The Band Perry Seal Paulina Vega	AS AS Inggris Kolombia	Penyanyi, penulis lagu & produser rekaman Kelompok musik <i>country</i> Penyanyi dan penulis lagu Miss Universe 2014, aktris dan model
Pembuka Acara	Zedd Major Lazer & DJ Snake OMI	Rusia AS Perancis Jamaika	DJ, musisi, model dan produser Kelompok musik elektronik DJ dan produser rekaman Penyanyi

Sumber: Indiana and World Pageant

Pihak yang terlibat di malam *grand final* Miss Universe pada umumnya memiliki latar belakang profesi dari dunia hiburan, dan hanya satu yang berasal dari dunia olahraga. Sedangkan latar belakang kebangsaan pihak yang dilibatkan cukup

¹¹⁴ Diakses melalui: indianandworldpageant.com/2015/12/31/list-of-songs-used-in-this-year-beauty-pageants-and-my-top-5/, pada 27 Agustus 2017, pukul 22:32 WIB.

beragam yaitu berasal dari Amerika Latin dan Eropa pula, tetapi pada kenyataannya masih didominasi oleh pihak yang berasal dari Amerika Utara. Meski demikian, ajang Miss Universe memiliki keunikan dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya.

Organisasi Miss Universe yang mengalami pergantian kepemilikan, menjadikan ajang yang digelar mengalami pergeseran. Diawali dari persyaratan usia finalis yang mengalami penambahan satu tahun batas usia maksimum, yaitu menjadi 28 tahun. Ajang yang digelar untuk pertama kalinya dilakukan dalam empat kali tahap penyisihan di malam *grand final*. Selain itu, finalis yang lolos hingga babak lima besar akan diberikan pertanyaan mengenai isu internasional yang berkaitan dengan masing-masing negara finalis, seperti masalah pangkalan militer, terorisme, ganja, narkoba, dan kepemilikan senjata api. Hal ini tidak pernah dilakukan pada beberapa ajang sebelumnya. Organisasi Miss Universe untuk pertama kalinya pula meluncurkan aplikasi khusus sebagai media yang memuat berita tentang organisasi maupun ajang Miss Universe dan bahkan sebagai media untuk menilai para finalis, yaitu Miss U dan Vodi.¹¹⁵

Ajang Miss Universe 2015 menghadirkan sistem penilaian berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, yang hanya memberikan kesempatan masyarakat dunia untuk memilih kostum nasional terbaik dan memilih satu finalis untuk maju ke babak semi final. Masyarakat dunia untuk pertama kalinya dapat memberikan penilaian pada kontestan dari awal babak penyisihan hingga akhir acara. Mereka dapat dengan langsung memberikan penilaian ketika finalis tampil secara satu per satu di atas panggung. Masyarakat dunia dilibatkan dalam semua kompetisi yang

¹¹⁵ Diolah dari berbagai sumber: pageantopolis.com/2010-2019-2.html dan Tayangan Miss Universe 2015, pada 30 Desember 2017, pukul 08:31 WIB.

digelar pada malam *grand final*, mulai dari sesi pakaian renang, sesi gaun malam, sesi tanya jawab finalis lima besar, sesi tanya jawab finalis tiga besar, sesi *final look top three*, hingga saat penentuan Miss Universe 2015.¹¹⁶

Hak suara penilaian juga terdistribusi untuk para kontestan di ajang Miss Universe 2015. Para kontestan memiliki kesempatan untuk memilih satu di antara tiga besar orang finalis yang layak menjadi Miss Universe. Dewan juri yang dihadirkan organisasi tersebut tidak lagi memiliki hak suara mutlak. Penilaian yang diberikan di malam *grand final* oleh dewan juri, masyarakat dunia dan para kontestan diakumulasikan di akhir acara, sehingga Miss Universe yang terpilih pada tahun ini adalah pemenang berdasarkan konsensus bersama.

Tabel 4.9. Pemenang Ajang Miss Universe 2015¹¹⁷

Gelar	Nama	Negara
Miss Universe	Pia Alonzo Wurtzbach	Filipina
Runner-Up 1	Ariadna Gutierrez	Kolombia
Runner-Up 2	Olivia Jordan	AS
Miss Top 5	Flora Coquerel Monika Radulvic	Perancis Australia
Miss Top 10	Ariana Miyamoto Aniporn Chalermburanawong Clarissa Molina Kanisha Sluis Mariana Jimenez	Jepang Thailand Rep. Dominika Curacao Venezuela
Miss Top 15	Marthina Brandt Anindya Kusuma Putri Annelies Toros Wendy Esparza Refilwe Mthimunye	Brasil Indonesia Belgia Meksiko Afrika Selatan
Best National Costume	Aniporn Chalermburanawong	Thailand
Miss Photogenic	Samantha McClung	Selandia Baru
Miss Congeniality	Whitney Shikongo	Angola

Sumber: Organisasi Miss Universe

Pemenang dalam ajang Miss Universe 2015 tersebar secara merata dari seluruh kawasan di dunia. Meski demikian, finalis yang berasal dari negara-negara Amerika Latin dan Karibia tetap unggul dengan jumlah terbanyak dalam babak semi final. Uniknya, di babak 10 besar nampak seperti persaingan antara negara-

¹¹⁶ *Ibid*

¹¹⁷ Diakses melalui: missuniverse.com/competition/2015, pada 28 Agustus 2017, pukul 00:04 WIB.

negara Latin dengan Asia dan perwakilan dari setiap kawasan di dunia masih bertahan hingga babak lima besar. Para pemenang tersebut disaksikan oleh jutaan masyarakat di seluruh penjuru dunia.

Ajang Miss Universe 2015 untuk pertama kalinya dimiliki oleh agensi bakat yaitu WME/IMG, dan disiarkan oleh jaringan televisi Fox setelah sekian lama disiarkan oleh CBS maupun NBC. Di tahun ini, ajang Miss Universe mengalami penurunan jumlah penonton dibanding tahun sebelumnya yaitu dari 7,7 juta menjadi 6,2 juta masyarakat dunia. Siaran Fox dari ajang tersebut memperoleh *rating* 1,7 dengan kisaran penonton antara usia 18 sampai dengan 49 tahun. Meski mengalami penurunan dalam jumlah penonton dan *rating* siaran, tetapi ajang Miss Universe di tahun ini adalah yang paling populer selama 65 tahun digelarnya ajang. Dalam media sosial terutama *twitter*, ajang ini menjadi topik paling tren utama dunia dengan tagar #missuniverse2015 dan mendapatkan *tweet* terbanyak sepanjang sejarah ajang Miss Universe yaitu mencapai 48.000 kiriman *tweet* dari masyarakat dunia.¹¹⁸ Hal ini dikarenakan, untuk pertama kalinya terjadi kesalahan saat pengumuman pemenang Miss Universe.

4.3 Kontribusi Miss Universe secara Global

Miss Universe berperan dalam menyebarkan nilai-nilai, baik dalam bidang sosial, kesehatan, kemanusiaan, pendidikan, hingga komersial kepada masyarakat dunia. Miss Universe yang memiliki tanggung jawab tersebut, menjadikannya sebagai panutan bagi masyarakat dunia; duta produk sponsor dan mitra organisasi

¹¹⁸ Diolah dari berbagai sumber: businessinsider.sg/miss-universe-ratings-lower-in-2015-versus-2014-2015-12/?r=US&IR=T, knowyourmeme.com/photos/1055916-steve-harveys-miss-universe-2015-gaffe, dan spot.ph/newsfeatures/humor/64722/15-funniest-tweets-about-missuniverse2015, pada 28 Desember 2017, pukul 02:55 WIB.

Miss Universe; duta global organisasi internasional pemerintah maupun non-pemerintah; menjadi relawan dan bahkan penggalang dana amal.

Tabel 4.10. Miss Universe sebagai Duta Organisasi Internasional¹¹⁹

Miss Universe	Jabatan	Lembaga
1988	Goodwill Ambassador	UNFPA
1990	Goodwill Ambassador	FAO
1991	Goodwill Ambassador	UNFPA
1992	Goodwill Ambassador	UNICEF
1993	Goodwill Ambassador	UNICEF
1998	HIV/AIDS Ambassador Youth Ambassador Goodwill Ambassador Red Cross Ambassador	UNAIDS UNFPA UNICEF International Federation of Red Cross
1999	Youth Ambassador HIV/AIDS Ambassador	UNFPA UNAIDS
2000	Goodwill Ambassador	UNFPA
2002	Goodwill Ambassador	FAO
2005	Goodwill Ambassador Ambassador for Gibbon Habitat for Humanity Ambassador	UNICEF IUCN SSC Primate Specialist Group Habitat for Humanity Organization
2006	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2007	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2008	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2009	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2010	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2011	Dryland Ambassador The International Ambassador	UNCCD Latino Commission on AIDS
2012	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2013	The International Ambassador	Latino Commission on AIDS
2014	Global Food Security Ambassador	Stop Hunger Now Organization
2015	Goodwill Ambassador Asia Pacific Smile Train Goodwill Ambassador Women's Health Ambassador	UNAIDS Smile Train US Dept. Health & Human
2016	Smile Train Goodwill Ambassador	Smile Train
2017	Smile Train Goodwill Ambassador	Smile Train

Sumber: Diolah Dari Berbagai Sumber

Pemenang Miss Universe secara rutin selalu dipilih untuk menjadi duta global dari suatu organisasi internasional pemerintah maupun non-pemerintah di setiap tahunnya, sejak tahun 2005. Peran dari Miss Universe juga kini semakin berkembang, mereka tidak lagi hanya bekerja untuk menggalangkan dana atau berkampanye mengenai masalah kemanusiaan saja, melainkan juga mengenai perlindungan hewan. Dengan demikian, semua makhluk hidup di dunia dianggap penting bagi Miss Universe untuk mendapatkan perlindungan maupun bantuan.

¹¹⁹ Diolah dari berbagai sumber: classroom.synonym.com/what-is-the-role-responsibility-of-a-title-holder-of-a-pageant-12084489.html dan daily.social/miss-universe-miss-world-winner-duties/ missuniverse.com, pada25 Desember 2017, pukul 09:38 WIB.

Masing-masing Miss Universe memiliki kampanye dan upaya yang diusung, baik untuk negaranya maupun untuk dunia. Sebagai contoh yaitu Miss Universe 1988 yang peduli pada hak-hak anak dan pemuda kurang mampu di negaranya, sehingga ia selalu menyuarakan tentang pendidikan dan harga diri. Upaya yang ia lakukan yaitu pengumpulan dana bagi anak-anak kurang mampu di Thailand, membangun sekolah, menyediakan rumah bagi yang membutuhkan dan memberi makanan bagi anak-anak kurang gizi. Berbeda halnya dengan Miss Universe 1991 yang memusatkan perhatiannya pada kaum perempuan yang mengalami pelecehan seksual dan kekerasan rumah tangga. Oleh karena itu, ia mendukung program pengembangan keluarga integral. Kampanye program yang ia dukung disisipkan dalam kontes kecantikan yang ia miliki yaitu Nuestra Belleza Mexico (Miss Universe Mexico).¹²⁰

Pemenang Miss Universe 1998, berusaha memerangi AIDS di Karibia bahkan di dunia dengan mendirikan The Hibiscus Foundation. Yayasan ini berupaya meningkatkan kesadaran mengenai AIDS dan sebagai rumah singgah untuk anak-anak. Kepedulian terhadap AIDS, anak-anak dan kemanusiaan, menjadikannya sebagai duta PBB yang merangkap banyak peran secara nasional dan internasional. Hal serupa juga dilakukan oleh Miss Universe 1999 yang fokus dengan masalah AIDS pada perempuan, remaja, dan anak. Sebagai advokat khusus HIV/AIDS, ia mendukung proyek bernama Peer Approach Counseling by Teenagers, dengan memberi edukasi terkait kesehatan reproduksi, mengumpulkan dana dan mendirikan yayasan untuk anak-anak yang terinfeksi HIV terutama di Afrika.¹²¹ Miss Universe pada umumnya menjadi duta kesehatan, khususnya HIV.

¹²⁰ Diakses melalui: un.org/advocates/2000/bios.htm, pada 17 Desember 2017, pukul 03:35 WIB.

¹²¹ *Ibid*

Miss Universe dikhususkan menjadi panutan bagi perempuan, meski mereka mendedikasikan diri pula untuk anak-anak secara nasional dan internasional.

Perkembangan peran Miss Universe yang kian pesat juga menjadikannya sebagai duta promosi produk atau jasa dari perusahaan global.

Tabel 4.11. Miss Universe sebagai Duta Produk atau Jasa

Miss Universe	Jabatan	Perusahaan
2017	You c1000 Ambassador	You c1000
2016	You c1000 Ambassador Ambassador French Skincare	You c1000 Guinot Paris
2015	You c1000 Ambassador Ambassador of Goya PAL Brand Ambassador	You c1000 World Class Filipino Chocolate Phillipine Airlines
2014	You c1000 Ambassador	You c1000
2013	You c1000 Ambassador	You c1000
2012	You c1000 Ambassador Style Ambassador	You c1000 Designer Shoe Warehouse Company
2011	You c1000 Ambassador	You c1000
2010	You c1000 Ambassador Celebrity Beauty Ambassador	You c1000 L'Oreal
2009	You c1000 Ambassador	You c1000
2008	You c1000 Ambassador	You c1000
2007	You c1000 Ambassador	You c1000
2006	You c1000 Ambassador	You c1000
2005	Ambassador of: You c1000 Beer, Better Vision, Brand Beauty, Soi Dog, and Diamond	You c1000, Singha Corp, Eyewear Company, BSC Cosmetics, Soi Dog Foundation, Caring Hare Expert, & Canadian Ice Diamond Collection
2004	You c1000 Ambassador Sparkling Ambassador	You c1000 Mount Franklin
1994	Ambassador for Danube Brand Ambassador	Giant Real Estate of Middle East, Coca-Cola, Thumbs Up, Colgate, Lux, Carmichael House, Tag Heuer, Levis, Pantene, Olay, Kiah, Jafra & Assotech.

Sumber: Diolah Dari Berbagai Sumber

Miss Universe selalu dijadikan sebagai agen promosi untuk produk maupun jasa, yang umumnya dari perusahaan internasional. Perusahaan-perusahaan tersebut bahkan bukan merupakan sponsor untuk organisasi Miss Universe. Meski demikian, berbagi perusahaan tersebut memiliki satu visi dengan organisasi Miss Universe. Sebagai contohnya yaitu You C1000 yang berkomitmen mendukung kesehatan, terutama untuk perempuan dengan slogan “*healthy inside, fresh outside*”. L’Oreal juga memiliki visi yang sama dengan organisasi Miss Universe yaitu untuk pemberdayaan perempuan, dengan slogan produknya “*because you’re worth it*”. Perusahaan sabun Lux yang mendukung bahwa perempuan memiliki

banyak sisi yang dapat dilihat dan bebas mengekspresikan kecantikannya. Perusahaan Guiont yang memiliki slogan “*look good, feel good*”, juga relevan dalam mendukung kaum perempuan. Begitu pula dengan perusahaan sepatu Designer Shoe Warehouse yang mengandung nilai-nilai “*passion, accountability, humility, and collaboration*” yang relevan dengan visi organisasi Miss Universe.¹²² Selain menjadi duta yang bekerja untuk perusahaan, pemenang Miss Universe secara bersamaan juga harus menjalankan kewajiban yang diberikan oleh organisasi Miss Universe.

Miss Universe memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan beberapa kampanye yang diusung oleh organisasi Miss Universe, di level nasional maupun internasional. Ketika Miss Universe berkeliling dunia, maka ia harus membawa pesan perdamaian, kesadaran akan HIV dan tentang pengendalian penyakit apapun. Miss Universe juga harus mampu memberikan pidato yang berkaitan dengan isu-isu nasional maupun internasional yang mereka dukung. Tidak cukup sampai di situ saja, Miss Universe juga harus mampu untuk mengadvokasi berbagai masalah dan memberikan perubahan positif di dunia.¹²³ Hal tersebut merupakan kewajiban bagi Miss Universe yang sebagai panutan bagi masyarakat dunia, khusus kaum perempuan.

Kewajiban lainnya yang harus dijalankan oleh Miss Universe adalah menghadiri berbagai acara yang digelar oleh pihak sponsor, mitra, negara pemilik lisensi organisasi Miss Universe, dan lainnya. Sebagai contoh yaitu Miss Universe

¹²² Diolah dari berbagai sumber: http://youc1000.com/id/tentang_kami#ChildVerticalTab_14, <http://www.loreal.com/group/who-we-are/our-mission>, <https://www.lux.com/id/brand-story.html>, dan <https://www.dswinc.com/sustainability.jsp>, pada 05 Januari 2018, pukul 03:05 WIB.

¹²³ Diolah dari: missuniversevote.com/p/competition.html?m=1, daily.social/miss-universe-miss-world-winner-duties/, dan Miss Universe Organization. 2012. *History of the Pageant*. New York: press.missuniverse.com, pada 25 Desember 2017, pukul 09:49 WIB.

2015 yang menghadiri acara pemilihan Miss Cayman Islands, mengunjungi korban gempa Ekuador dan melakukan penggalangan dana. Miss Universe 2016 juga berkunjung untuk menghadiri acara di Ekuador, seperti *The Ecuador Red Cross Charity Breakfast* yaitu mengumpulkan dana untuk korban banjir Manabi dan Guayas; mengikuti Parade *Machala United*; dan menghadiri *La Casista de Mis Suenos Fashion Show* di Machala Central Park yang merupakan lembaga perawatan dan layanan anak korban kekerasan fisik, psikologis, dan seksual. Miss Universe 2016 juga pergi ke India untuk menjadi salah satu dewan juri dalam pemilihan Miss Diva. Ia kemudian mengunjungi Indonesia untuk beberapa kegiatan seperti *shooting* iklan You C1000; pemahkotaan Puteri Indonesia 2017; melakukan kegiatan sosial dengan menyalurkan dana bantuan non-tunai untuk penyandang bibir sumbing di Rumah Sakit Hermina bersama Menteri Sosial; dan melakukan perawatan spa di Taman Sari Royal Heritage Spa.¹²⁴ Meski banyak melakukan kegiatan yang skalanya internasional dan lintas negara, tetapi Miss Universe juga harus memberikan kontribusi untuk negara asalnya.

Miss Universe 2015 pada level nasional menjalankan proyek amal di Filipina yaitu Sunshine, dengan memberikan makanan dan mengunjungi anak-anak di rumah sakit. Ia membantu anak-anak penyandang bibir sumbing bersama Smile Train dan New York Stick Exchange. Miss Universe 2015 berkontribusi untuk masyarakat di negaranya dengan memberikan edukasi mengenai kesadaran HIV dan membuka tes HIV untuk publik bersama dengan UNAIDS. Ia juga aktif menjadi advokat LGBT bersama dengan Apicha Community Health Center. Miss Universe 2014 juga memberikan dedikasi untuk negaranya, yaitu dengan

¹²⁴ Diolah dari berbagai sumber: missuniverse.com/post/1082, missuniverse.com/post/2197, missuniverse.com/post/2311, dan grid.id/Celebrity/News/6-Fakta-Unik-Kedatangan-Miss-Universe-2017-Ke-Indonesia, pada 25 Desember 2017, pukul 10:29 WIB.

memberikan edukasi tentang AIDS kepada pemuda dan bekerja sama dengan berbagai organisasi sosial yang salah satunya adalah pusat rehabilitasi untuk disabilitas. Ia juga mengunjungi Matamoros Corporation yang merupakan tempat untuk membantu tentara yang terluka dalam pertempuran. Miss Universe 2014 bahkan mendapatkan penghormatan sejak kesuksesannya dalam ajang Miss Universe 2014. Pemerintah Kolombia mengadakan perayaan di jalanan Kolombia dan menjadikannya sebagai hari libur nasional ketika menyambut kedatangan Miss Universe 2014.¹²⁵ Dengan begitu, Miss Universe adalah sosok yang berguna bagi seluruh lapisan masyarakat, dihormati oleh masyarakat negaranya dan juga oleh masyarakat dunia.

Pemenang Miss Universe yang aktif menjalankan berbagai kegiatan akan mendapatkan penghargaan dari berbagai pihak. Miss Universe yang pernah mendapatkan penghargaan sebagai contohnya yaitu Miss Universe 1988 yang mendapat penghargaan *Royal Medal of Honor* dari Raja Thailand atas prestasi dan kontribusinya untuk masyarakat Thailand. Kemudian Miss Universe 1994 juga mendapatkan penghargaan, yaitu *Rashtriya Samman Award* dari Kementerian Pendidikan India sebagai wanita yang berprestasi di India. Ia bahkan dinobatkan sebagai *Peace Maker of the World* dalam Mother Teresa, di Osaka-Jepang.¹²⁶ Miss Universe dengan demikian bebas untuk mendidikasikan diri dalam berbagai kehidupan yang bermanfaat bagi masyarakat lokal di negaranya, masyarakat di negara lain, ataupun masyarakat secara global.

¹²⁵ Diolah dari berbagai sumber: missuniverse.com/post/1082, efe.com/efe/english/corporate/miss-universe-emphasizes-social-work-during-her-first-visit-to-colombia/50000271-2600517, dan express.co.uk/celebrity-news/625309/Miss-Universe-contestants-arrive-in-Las-Vegas-as-they-vie-for-most-beautiful-woman-title, pada 29 Desember 2017, pukul 01:06 WIB.

¹²⁶ Diolah dari: un.org/advocates/2000/bios.htm dan missuniverse.com/judge/1000027, pada 21 Desember 2017, pukul 01:00 WIB.

4.4 Tayangan Miss Universe 2015

Penelitian ini menganalisis 11 sesi tayangan Miss Universe 2015 menggunakan semiotika *Roland Barthes*. Sesi tersebut yaitu sesi tayangan pembuka Miss Universe 2015, perkenalan finalis, keberangkatan dan kedatangan finalis, pengumuman finalis 15 besar, persaudaraan finalis, *review* Miss Universe 2014, pesta di karantina, kompetisi pakaian renang, tanya-jawab finalis lima besar, tanya-jawab finalis tiga besar, dan pengumuman Miss Universe 2015.

Sesi pertama yaitu tayangan pembuka Miss Universe 2015, memiliki durasi waktu 53 detik. Sesi ini menampilkan tentang beragam peran, profesi, dan aktivitas para finalis, seperti semayang, berlari, mengendarai motor *trail*, menari, bermain biola, berada di atas gunung, memimpin upacara keagamaan, bersama anak-anak, anggar, terjun payung, berenang disungai, berkuda, dan judo.



Gambar 4.8. Sesi 1: Tayangan Pembuka Miss Universe 2015
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Pada sesi ini para finalis juga mengungkapkan tentang dirinya, seperti sebagai seorang dokter, duta negara, juara anggar internasional, sebagai tulang punggung keluarga dan lain sebagainya. Sesi ini kemudian ditutup dengan narasi “*This is Miss Universe*” dengan beragam bahasa, oleh beberapa finalis yang sedang mengenakan pakaian renang maupun gaun malam di atas panggung.

Sesi kedua yaitu tayangan perkenalan para finalis Miss Universe 2015, memiliki durasi waktu 11 menit 23 detik. Di sesi ini, pembawa acara membacakan narasi yang berkaitan dengan kostum, kondisi negara, atau identitas finalis,

setelah setiap finalis memperkenalkan diri secara bergantian. Dengan demikian, sesi ini memperlihatkan citra negara finalis melalui makna budaya, dongeng, mitos, sejarah, dan lainnya. Berbagai identitas finalis juga diperkenalkan, seperti pendidikan, profesi, hobi, pengalaman, penghargaan, kemampuan, dan ciri fisik.



Gambar 4.9. Sesi 2: Perkenalan Finalis
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Sesi ini diiringi dengan tiga lagu yaitu yang berjudul, *Beautiful Now* oleh Zedd; *Lean On* oleh Major Lazer dan DJ Snake; dan *Cheerleader* oleh OMI.

Sesi ketiga yaitu tayangan keberangkatan dan kedatangan finalis Miss Universe 2015, memiliki durasi waktu 1 menit 13 detik. Sesi ini menayangkan tentang aktivitas para finalis yang sedang bersiap untuk berangkat menuju Las Vegas, hingga ketika mereka telah tiba di Planet Hollywood Resort and Casino.



Gambar 4.10. Sesi 3: Keberangkatan dan Kedatangan Finalis
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Sesi ini menceritakan tentang perasaan para finalis saat sebelum dan sesudah berada di Las Vegas. Terdapat potongan lagu selama sesi ini berlangsung yaitu lagu dari Glenna Bree yang berjudul *You Can be Anything*.

Sesi keempat yaitu tayangan pengumuman finalis 15 besar, memiliki durasi waktu 20 menit 15 detik. Pada sesi ini, finalis yang masuk dalam 15 besar

dipanggil secara bergantian oleh pembawa acara laki-laki dan kemudian finalis yang dipanggil namanya berdiri tepat di bagian depan panggung.



Gambar 4.11. Sesi 4: Pengumuman Finalis 15 Besar
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Pada sesi ini ditampilkan pula cuplikan khusus mengenai masing-masing finalis 15 besar ketika berada di negaranya, baik itu tentang dirinya seperti aktivitas, profesi, pendidikan, pengalaman hidup, hobi, cita-cita, dan perjalanan karir; juga tentang keluarga; dan maupun tentang negaranya.

Sesi kelima yaitu tayangan persaudaraan finalis, memiliki durasi waktu 2 menit. Dalam sesi ini, beberapa finalis nampak sedang berbagi cerita dan beraktivitas dengan teman sekamarnya saat masa karantina.



Gambar 4.12. Sesi 5: Persaudaraan Finalis
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Sesi ini kemudian dilanjutkan dengan tayangan tentang para finalis yang sedang melakukan pesta piyama di suatu ruangan dan seusainya, mereka saling berbagi cerita tentang perasaan masing-masing finalis selama berada dalam karantina.

Sesi keenam yaitu tayangan *review* Paulina Vega (Miss Universe 2014), memiliki durasi waktu 50 detik. Sesi ini menayangkan ketika Miss Colombia dinobatkan sebagai Miss Universe di tahun 2014. Sesi ini juga menayangkan

Paulina Vega yang sedang bercerita dan mencurahkan isi hatinya selama ia menjadi Miss Universe pada tahun tersebut.



Gambar 4.13. Sesi 6: Review Paulina Vega (Miss Universe 2014)
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Kemudian dihadirkan berbagai aktivitas dan tempat yang dikunjungi oleh Paulina Vega saat ia menjalankan tugas dan kewajibannya sebagai Miss Universe 2014.

Sesi ketujuh yaitu tayangan pesta di karantina, memiliki durasi waktu 1 menit. Sesi ini memberikan cuplikan tentang para finalis yang beranjak pergi ke suatu tempat dan meninggalkan bahkan membuang selempang bertuliskan nama negara yang dikenakannya. Kemudian para finalis datang menghampiri Miss Universe 2014 untuk berpesta bersama.



Gambar 4.14. Sesi 7: Pesta di Karantina
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Sesi yang cukup memperlihatkan kebebasan dari kaum perempuan melalui tarian, ekspresi, dan pakaiannya ini, diiringi oleh sebuah lagu yang berjudul *Fire (Under My Feet)* dari Leona Lewis.

Sesi kedelapan yaitu tayangan kompetisi pakaian renang, memiliki durasi waktu 12 menit 25 detik. Sesi ini dibuka dengan kemunculan seluruh finalis di atas panggung dan beberapa finalis yang berlenggak-lenggok dihadapan seorang

laki-laki yang bermain piano. Kemudian dilanjutkan dengan finalis 15 besar yang muncul bergantian, disertai narasi dari pembawa acara.



Gambar 4.15. Sesi 8: Kompetisi Pakaian Renang
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Sesi ini diiringi oleh Charlie Puth yang memainkan piano dan membawakan tiga buah lagu berjudul *Marvin Gaye*, *One Call Away*, dan *Some Type of Love*.

Sesi sembilan yaitu tayangan tanya-jawab finalis lima besar, memiliki durasi waktu 7 menit 34 detik. Pada sesi ini setiap finalis mendapatkan pertanyaan mengenai isu internasional yang berkaitan dengan masing-masing negara, seperti pangkalan militer, terorisme, ganja, narkoba, dan hak kepemilikan senjata api.



Gambar 4.16. Sesi 9: Tanya-Jawab Finalis Lima Besar
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Dalam sesi ini, finalis yang berasal dari Kolombia dan Perancis menggunakan seorang penerjemah. Sementara finalis perwakilan asal negara AS, Filipina, dan Australia menggunakan bahasa Inggris saat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh seorang pembawa acara.

Sesi kesepuluh yaitu tanya-jawab finalis tiga besar, memiliki durasi waktu 5 menit 53 detik. Sesi ini menampilkan tiga finalis yang mendapatkan pertanyaan serupa dari pembawa acara, yaitu “*Why you should be the next Miss Universe?*”



Gambar 4.17. Sesi 10: Tanya-Jawab Finalis Tiga Besar
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Saat sesi ini berlangsung, para finalis lainnya menyaksikan secara langsung dan untuk pertama kalinya mereka dapat memberikan penilaian kepada finalis tiga besar yang telah mengemukakan pendapatnya.

Sesi kesebelas yaitu pengumuman Miss Universe 2015, memiliki durasi waktu 8 menit 9 detik. Sesi ini menyangkan tentang pembagian posisi finalis tiga besar, yaitu sebagai *runner up 2*, *runner up 1*, dan Miss Universe.



Gambar 4.18. Sesi 11: Pengumuman Miss Universe 2015
Sumber: Tayangan Miss Universe 2015

Pada sesi ini untuk pertama kalinya dalam sejarah ajang Miss Universe, terjadi kesalahan dalam pembacaan pemenang Miss Universe oleh pembawa acara. Dengan demikian, tradisi *first walk* oleh pemenang Miss Universe tidak dihadirkan karena tayangan langsung segera diakhiri setelah Miss Philippines dimahkotai oleh Miss Universe sebelumnya.

Sebelas sesi tayangan yang akan di analisis tersebut didasarkan pada dua keputusan, pertama: sebagaimana jumlah sesi tayangan kompetisi di malam pemilihan Miss Universe 2015, dan kedua: tayangan malam pemilihan Miss Universe adalah teks yang disebarluaskan secara utuh ke berbagai negara.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang **GLOBALISASI NILAI-NILAI TAYANGAN MISS UNIVERSE 2015**, jawaban penelitian yang dapat disimpulkan adalah:

- Globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015 dilakukan terutama oleh aktor non-negara yaitu media, yang menayangkan ajang tersebut secara langsung hampir di seluruh negara di dunia. Proses globalisasi ini terjadi dalam tiga tahap konstruksi, yaitu diawali dengan penyebaran ide-ide dalam tayangan, lalu masuk pada tahap pembentukan identitas audiens, hingga pada akhirnya sekumpulan audiens yang menjadi bagian dalam suatu masyarakat memasuki tataran pergeseran identitas dan ideologi.
- Nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015 itu sendiri diantaranya adalah posfeminisme dan *American Dreams*. Nilai posfeminisme tersebut yaitu, dekonstruksi oposisi biner: peran maskulinitas *versus* feminitas, orientasi hidup individual *versus* kolektif, latar belakang budaya homogen *versus* heterogen, ide modernitas *versus* tradisionalitas, sifat persaudaraan *brotherhood versus sisterhood*, kelas sosial tinggi *versus* rendah, kehidupan bebas *versus* terikat, peran seksualitas subjek *versus* objek, sifat rasional *versus* emosional, justifikasi menang *versus* kalah, benar *versus*

salah, sempurna *versus* tidak sempurna, dan anti universalitas pengalaman perempuan. Sedangkan nilai *American Dreams* tersebut diantaranya yaitu kesetaraan, kompetitif, kerja keras, dan demokrasi.

- Globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe 2015 didukung oleh peran Miss Universe dan para finalis Miss Universe sebagai aktor non-negara yang setelah ajang berlangsung kembali ke negaranya dan bahkan pergi berkeliling dunia dengan melakukan berbagai aksi seperti advokasi, penggalangan dana, relawan, dan promosi berbagai produk; yang kemudian menyisipkan nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* di dalam setiap aksinya. Globalisasi ini semakin diperkuat dengan telah hadirnya organisasi Miss Universe di berbagai negara yang memodifikasi diri yaitu dengan melakukan glokalisasi sesuai dengan negara tujuannya. Dengan demikian organisasi Miss Universe dapat menyebarkan nilai-nilai posfeminisme maupun *American Dreams* dengan melalui dua cara, yaitu menyisipkannya saat ajang berlangsung dan menegaskan sebagai regulasi yang harus diikuti oleh organisasi Miss Universe tingkat nasional di berbagai negara.
- Globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* oleh para finalis Miss Universe umumnya memiliki kesamaan saat berlangsungnya ajang dan setelah berlangsungnya ajang, yaitu ingin menyuarakan nilai-nilai posfeminisme berupa dekonstruksi oposisi biner: peran maskulinitas *versus* feminitas, orientasi hidup individual *versus* kolektif, latar belakang budaya homogen *versus* heterogen, sifat persaudaraan *brotherhood versus sisterhood*, dan kehidupan bebas *versus* terikat; serta *American Dreams*

berupa kesetaraan dan kompetitif. Oleh karena itu hanya terdapat sedikit perbedaan, dimana saat berlangsungnya ajang terdapat nilai posfeminisme berupa anti universalitas pengalaman perempuan dan dekonstruksi oposisi biner kelas sosial tinggi *versus* rendah, serta *American Dreams* berupa kompetitif yang ingin disuarakan. Sementara setelah berlangsungnya ajang terdapat nilai posfeminisme berupa dekonstruksi oposisi biner peran subjek *versus* objek yang ingin ditegaskan.

- Nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* yang disuarakan oleh para finalis Miss Universe 2015 merupakan representasi kepercayaan dan sikap masyarakat khususnya kaum perempuan dikawasannya. Kawasan Afrika merepresentasikan karakteristik gender yang feminin dan orientasi hidup kolektif; Amerika dan Asia Pasifik merepresentasikan karakteristik gender yang mengombinasikan sisi feminitas maupun maskulinitas dan orientasi hidup individual; dan kawasan Eropa merepresentasikan karakteristik gender yang cenderung feminin dan orientasi hidup yang sekaligus individual maupun kolektif. Setiap kawasan umumnya juga menjunjung nilai-nilai posfeminisme berupa dekonstruksi oposisi biner latar belakang budaya homogen *versus* heterogen dan sifat persaudaraan *brotherhood versus sisterhood*, serta *American Dreams* berupa kerja keras.
- Nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* yang semakin berhasil diterapkan ketika organisasi Miss Universe memberikan lisensinya di berbagai negara yaitu nilai-nilai posfeminisme berupa dekonstruksi oposisi biner: latar belakang budaya homogen *versus* heterogen, kelas sosial tinggi *versus* rendah, peran subjek *versus* objek, justifikasi menang *versus* kalah,

dan benar *versus* salah; serta *American Dreams* berupa kesetaraan, kompetitif, kerja keras, dan demokrasi. Sementara nilai-nilai yang berhasil diterapkan oleh representasi tiap negara ketika organisasi Miss Universe menjadi wadah bagi pertemuan negara-negara di dunia yaitu posfeminisme berupa dekonstruksi oposisi biner: orientasi hidup individual *versus* kolektif, latar belakang budaya homogen *versus* heterogen, dan sifat persaudaraan *brotherhood versus sisterhood*.

- Globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams*, di satu sisi merupakan refleksi atas kondisi dunia saat ini, tetapi di sisi lain merupakan upaya untuk mengkonstruksi kondisi dunia khususnya di tahun 2015. Dengan kata lain, tayangan Miss Universe 2015 ingin menyuarakan kembali nilai-nilai yang telah disetujui oleh masyarakat dunia dan juga menyuarakan nilai-nilai yang belum disetujui atau bahkan belum disadari oleh masyarakat di dunia.
- Nilai-nilai *American Dreams* coba untuk disuarakan karena adanya realita yang masih belum sesuai dengan impian dan kepercayaan masyarakat AS. Fakta di dunia yang masih ditemukan khususnya pada tahun 2015 yaitu masih adanya ketidaksetaraan dalam parlemen, pendidikan sekunder, dan angkatan kerja di beberapa negara. Kemudian masih ditemukan beberapa negara yang masyarakat belum memaksimalkan kerja keras khususnya di dunia kerja. Fakta di dunia juga menunjukkan masih segelintir negara yang mampu berada di tataran rezim demokrasi sempurna.
- Nilai-nilai posfeminisme coba untuk disuarakan karena posfeminisme merupakan aliran yang relatif baru, sehingga masih perlu disuarakan agar

semakin disadari dan diterima keberadaannya. Hal ini juga dilakukan karena masih ditemukannya fakta bahwa negara-negara di tiap kawasan belum menerapkan nilai-nilai posfeminisme, sehingga terjadi pemisahan dan ketidakadilan atas dua binari khususnya yang berkaitan dengan gender hingga tahun 2015, baik dalam angkatan kerja, keterlibatan parlemen, bidang profesi, program studi, dan lainnya.

- Globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* dengan demikian bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat yang masih menganggap bahwa kehidupan yang dimiliki adalah pemberian yang secara harfiah harus dijalankan. Dengan kata lain, masyarakat diharapkan menyadari bahwa hal yang selama ini dilakukan dan dipercayai umumnya merupakan konstruksi dari pihak penguasa (salah satunya negara) yang menjadikan hal tersebut seolah-olah sesuatu yang harus dipatuhi.
- Globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* bertujuan untuk mengubah tatanan dunia, yang diawali dari mengubah tatanan sosial secara domestik dengan melalui beberapa level aktor dan kemudian mengubah tatanan sosial secara global melalui intensifikasi keterkaitan atau hubungan antar aktor negara maupun antar aktor non-negara. Tatanan dunia yang diharapkan diantaranya yaitu kehidupan yang menjunjung toleransi atas perbedaan; menghargai keberagaman manusia; menghormati atau menerima masing-masing keputusan hidup yang ditentukan oleh individu, kelompok, ataupun negara; menghapuskan makna hirarki binarisme yang hadir di dunia khususnya terkait karakteristik gender; bebas untuk menentukan pilihan hidup yang membuat bahagia; tidak

mudah melakukan justifikasi atas sesuatu hal; dan lain sebagainya. Globalisasi ini juga bertujuan agar negara tidak lagi bersikap otoriter dan mengintervensi seutuhnya kehidupan masyarakat di negaranya. Negara tetap memiliki peran, namun sebagai penjaga stabilitas untuk perdamaian, kesetaraan atau keadilan, dan kesejahteraan.

- Globalisasi nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* pada akhirnya berpotensi akan menciptakan masyarakat yang cenderung homogen yaitu Amerika Sentris sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli globalisasi budaya. Meski terdapat pula kemungkinan terciptanya budaya heterogen apabila setiap masyarakat ataupun negara tetap mempertahankan nilai-nilai otentiknya; dan juga terdapat kemungkinan akan terciptanya budaya hibrid apabila nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* bercampur dengan nilai-nilai yang diyakini oleh setiap individu, masyarakat, ataupun negara, yang kemudian membentuk sebuah standar hidup yang baru.

6.2 Rekomendasi

Penelitian ini mencoba untuk memberikan rekomendasi kepada beberapa pihak, yaitu akademisi khususnya jurusan Hubungan Internasional, pemerintah dan pihak yang terkait dengan ajang kecantikan, masyarakat dunia maupun berbagai lembaga dan aktivis gender:

- Para akademisi jurusan Hubungan Internasional diharapkan menyadari bahwa posfeminisme bukan kajian yang menentang gelombang feminisme sebelumnya. Posfeminisme hanya ingin menyadarkan adanya makna yang telah dikonstruksi dari suatu kajian ilmu, sehingga menjadi suatu hal yang

secara harfiah harus dilakukan dan diyakini oleh masyarakat. Oleh karena itu posfeminisme hadir untuk melakukan dekonstruksi hal tersebut.

- Pemerintah dan pihak yang terkait dengan ajang kecantikan harus menyadari hadirnya nilai-nilai posfeminisme dan *American Dreams* dalam ajang kecantikan khususnya Miss Universe, dengan demikian perlu adanya kebijakan yang mampu mempertahankan nilai-nilai otentik negara, namun yang tidak menentang heterogenitas dan homogenitas budaya di dunia.
- Masyarakat dunia yang menjadi penonton tayangan dari ajang kecantikan diharapkan dapat lebih kritis yaitu dengan tidak mengabaikan citra yang ditampilkan dalam tayangan tersebut, karena tanpa disadari citra yang dihadirkan mengandung nilai-nilai yang berpotensi bertentangan dan dapat mengikis nilai-nilai yang diyakini masyarakat. Masyarakat dunia yang menjadi penonton justru diharapkan dapat bijak dalam memaknai citra yang mengandung nilai-nilai tersebut, dan tetap berpegang teguh pada nilai-nilai yang diyakini. Namun harus tetap toleran dengan nilai yang dianggap tidak sesuai, dengan cara tidak melakukan justifikasi.
- Berbagai lembaga ataupun aktivis gender, diharapkan untuk berlaku adil dengan tidak selalu memprioritaskan masalah yang berkaitan dengan kaum perempuan dan anak-anak khususnya perempuan. Berbagai lembaga ataupun aktivis gender diharapkan sadar bahwa perlakuan khusus terhadap kaum perempuan dibandingkan kaum laki-laki secara tidak langsung justru memperlihatkan bahwa perempuan adalah kaum yang lemah dan lebih rendah posisinya dari laki-laki. Hal tersebut justru mempertegas perbedaan

antara laki-laki dan perempuan. Keduanya justru harus diperlakukan sama tanpa ada yang diistimewakan ataupun mendapat perlindungan khusus.

6.3 Saran

Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu sembilan bulan. Peneliti sangat menyadari bahwa begitu banyak kelemahan dalam skripsi ini, diantaranya adalah tayangan Miss Universe yang dibaca hanya pada kurun waktu satu tahun dan tayangan satu tahun tersebut hanya mampu dibaca beberapa bagian sesi saja. Penelitian ini juga tidak mampu mengonfirmasi nilai-nilai dalam tayangan Miss Universe 2015 yang telah dibaca kepada pihak organisasi Miss Universe, dan hanya mendapatkan konfirmasi dari sebageian kecil finalis ajang Miss Universe 2015. Selain itu, penelitian ini sangat minim akan data-data yang bersumber langsung dari organisasi Miss Universe. Terakhir, penelitian ini hanya terbatas pada tataran menjelaskan tahapan proses globalisasi nilai-nilai tayangan tersebut, sehingga kurangnya analisis mendalam mengenai dampak globalisasi yang terjadi. Oleh karena itu saran bagi peneliti selanjutnya adalah:

- Peneliti selanjutnya dapat membaca tayangan Miss Universe setidaknya dalam kurun waktu beberapa tahun. Hal ini berguna untuk melihat pergeseran nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan Miss Universe setiap tahunnya dan mengingat bahwa globalisasi merupakan suatu proses pengglobalan yang membutuhkan waktu tidak singkat.
- Peneliti selanjutnya dapat menjalin hubungan dengan organisasi Miss Universe dan bekerja sama dengan para finalis ajang Miss Universe agar mendapatkan data-data akurat yang berasal dari narasumber yang memang

terlibat dalam pembentukan nilai-nilai yang ingin diglobalkan dan agar dapat mengakses data-data di *press site* Miss Universe.

- Peneliti selanjutnya dapat berkomunikasi langsung dengan pihak yang terlibat dalam organisasi, ajang, maupun media penayang Miss Universe sebagai bukti pendukung analisis.
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang telah ada dengan memberikan bukti dampak dari globalisasi nilai-nilai tayangan Miss Universe secara lebih komprehensif, baik di setiap negara atau setidaknya di masing-masing kawasan di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anderson, Sandra dkk. 2006. *Dictionary of Media Studies*. Great Britain: A & C Black Publishers Ltd.
- Barker, Chris. 2002. *Making Sense of Cultural Studies: Central Problems and Critical Debates*. London: SAGE.
2013. *Cultural Studies, Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baumeister, Roy F. 2001. *Social Pshycology and Human Sexuality: Essential Readings*. US: Psychology Press.
- Brooks, Ann. 2017. *Posfeminisme & Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Conroy, Meredith. 2015. *Masculinity, Media, and the American Presidency*. US: Palgrave Macmillan.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methdos approaches*. 4th ed. USA: SAGE Publication, Inc.
- Cuterela, Sandu. 2012. *Globalization: Definition, Processes and Concepts*. USA: National Defense University.
- Dewi, Ernita S. Ag., M. Hum dan Syarifuddin, S. Ag., M. Hum. 2013. *Nilai dalam Wacana Filosofis*. Banda Aceh: Ushuluddin Publishing.
- Diez, Thomas dkk. 2011. *Key Concepts in International Relations*. London: SAGE.
- Drs. Sobur, Alex M.Si. 2004. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- During, Simon. 2005. *Cultural Studies: A Critical Introduction*. New York: Routledge.

- Hischmann, Nancy J. 2008. *Gender, Class, and Freedom in Modern Political Theory*. UK: Princenton University Press.
- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jackson, Robert & Georg Sørensen. 2013. *Introduction to International Relations: theories and approaches*. 5th ed. United Kingdom: Oxford University Press.
- Klages, Mary. 2012. *Key Terms: In Literary Theory*. New York: Continuum.
- Kugler, D. Adriana, dkk. 2017. *Choice of Majors: Are Women Really Different from Men?*. Germany: IZA Institute of Labor Economics.
- Lee, Richard. 2006. *Globalization, Language, and Culture*. New York: Chelsea House.
- Logshurst, Brian dkk. 2008. *Introducing Cultural Studies*. 2nd ed. England: Pearson Education Limited.
- Matthews, Bob & Liz Ross. 2010. *RESEARCH METHODS: A practical guide for the social sciences*. England: Pearson Education Limited.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Noor, Henry Faisal. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- O'Sullivan, Tim dkk. 1994. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. 2nd. London: Routledge.
- Pablos, Patricia O de. 2017. *Handbook of Research on Human Resources Startagies for the New Millennial Workforce*.US: IGI Global.
- Ritzer, George. 2010. *Globalization: a basic text*. 1st ed. UK: Wiley-Blackwell.
- Sandra, L. Hanson & John K. White. 2011. *The American Dream in the 21st Century*. USA: Temple University Press.
- Sargent, Lyman Tower. 2009. *Contemporary Political Ideologies: A Comparative Analysis*. 14th ed. USA: Wadswort.
- Walliman, Nicholas. 2011. *Research Methods: The Basics*. New York: Routledge.
- Disertasi, Jurnal, dan Publikasi:**
- Battistoni, Alicia Rodriguez. 2013. *Miss America is No Ideal: The Repercussions of One Beauty*. Boston: Boston College University Libraries.

- Birnbaum, Cara. 2006. *Universal beauty: The Miss Universe Guide to Beauty*. New York: Miss Universe Organization.
- Common Cause Foundation. 2015. *The International Prevalence of Co-operative Values*. United Kingdom: COOP.
- Deng, Fang. 2016. Is Max Weber Wrong? The Confucian Ethic, Migrant Workers, and China's Rise. Massachusetts: *Bridgewater State University*. Vol. 35, No.2, 2016.
- Department of Economic and Social Affairs Population Division. 2015. *Trends in Contraceptive Use Worldwide 2015*. New York: United Nations.
- Dr. Darwish, Abdel Fattah E & Gunter L. Huber. 2003. Individualism vs Collectivism in Different Cultures: a cross-cultural study. UK: *Intercultural Education*. Vol. 14, No. 1, 2003.
- Dr. Lee, Lois. 2016. *Annual Report*. California: Children of the Night.
- EMMIR. 2015. *List of countries where English is an official language*. Oldenburg: EMMIR.
- English Abitur. 2007. *The American Dream then and now*. Stuttgart: Ernst Klett Verlag GmbH.
- Fajarini, Arba' Inda dan Haidar, M. Ali. 2014. *Kontroversi Miss Indonesia Tahun 1982-1984*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya. *Avatara e-Journal Pendidikan Sejarah*. Vol. 2, No 3, 2014.
- Fulzele, Dharmapal B. 2016. *Globalization and Emergence of Miss World and Miss Universe in India: a Cultural Studies Perspective*. India: international journal of english language, literature and humanities (IJELH).
- Gorodnichenko, Yuriy & Gerard Roland. 2012. *Understanding the Individualism-Collectivism Cleavage and its Effects: Lessons from Cultural Psychology*. California: University of California.
- Hamashima, Mariko. 2012. *Beauty in the Indigenous Pageant, The Cultural and Social Relevance of Miss Samoa*. USA: SIT Graduate Institute.
- Harto, Budi. 2015. *Pengaruh Iklan Aqua Versi 1 Liter Untuk 10 Liter di Televisi Terhadap Brand Awareness*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Hermansyah. 2011. *Kontes Kecantikan Dan Eksploitasi Perempuan dalam Media*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Hermawan, Yulius Purwadi Ph.D & Indraswari, Ratih MA. 2014. *Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara (Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

- Kraidy, Marwan M. 2002. *Globalization Of Culture Through The Media*. USA: University of Pennsylvania.
- Kivikkokangas, Ritva dan Sandgren. 2005. *Lecture course on Globalisation from global and local Perspectives*. Helsinki: Helsingin Yliopisto.
- McGregor, Sue PhD. 2003. *Postmodernism, Consumerism, and A Culture of Peace*. Canada: Mount Saint Vincent University
- Melomo, Vincent. 2008. *Cultural Dimensions of Globalization*. Carolina: Peace College.
- Miss Universe Organization. 2012. *Historical Highlights*. New York: press.missuniverse.
2012. *History of the Pageant*. New York: press.missuniverse.
2012. *Paula M. Shugart: President of the Miss Universe Organization*. New York: press.missuniverse.
2016. *Titleholders*. New York: press.missuniverse.
- Moten, Abdul Rashid. 2011. Modernity, Tradition and Modernity in Tradition in Muslim Societies. Malaysia: *IIUM Press Intellectual Discourse Journal*. Vol. 19, No. 13, 2011.
- Ofori-Mensa, Afia. 2012. *To Teach the World Peace a Miss Universe and Global Harmony in the Early Cold War*. Eugene: All Academic Inc.
- Prof Dr Wiwoho, Jamal, SH, Mhum. 2014. *Globalisasi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Petkovic, Jelena. 2007. Traditional Values and Modernization Challenges in Forming Urban and Rural Culture. Serbia: *Scientific Journal Facta Universitatis*. Vol. 6, No. 1, 2007.
- Ritzer, George. 1998. *The McDonaldization Thesis: Explorations and Extensions*. London: SAGE.
- Schwab, Klaus. 2017. *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. Geneva: World Economic Forum.
- Sinh, Nguyen Hoang. 2013. The Hierarchy Model of Advertising Effects: A Debate. Vietnam: *Phat Trien & Hoi Nhap*. Vol.18, No.8, 2013.
- Social Institution and Gender Index. 2014. *Synthesis Index*. Paris: OECD Development Center.

- The Economist Intelligence Unit. 2016. *Democracy Index 2015: Democracy in an age of anxiety*. London: www.eiu.com.
- Trautmann, Stefan T dkk. 2013. *Social Class and (Un)ethical Behavior: A Framework, with Evidence from a Large Population Sample*. Netherlands: VENI grants.
- UN Department of Economic and Social Affairs. 2015. *The World's Women 2015: Trends and Statistics*. New York: United Nations.
- Wang, Zhong & Weiwei Fan. 2013. American Values Reflected in Names of US Supermakets, Top Five Values and American Dream. China: *Scientific Research an Academic Publisher*. Vol. 3, No.4, 2013.
- Wright, Erik Olin & Joel Rogers. 2011. *American Society: how it really works*. New York: W.W. Norton & Company.
- Wyman, Benjamin. 2015. *The American Dream, Equal Opportunity, and Obtaining the Vote*. US: *The Cohen Journal*. Vol. 1, No.1, 2015.
- Zhang, Meng. 2013. *Beauty Pageants in Neoliberal China: a Feminist Media Study of Feminine Beauty and Chinese Culture*. USA: University of Florida.

Sumber Online:

- ABS-CBN Corporation, news.abs-cbn.com
- Agencia EFE, efe.com
- All About GOD, allaboutworldview/org
- Alternative Finland Company, alternativefinland.com
- American Academy of Arts & Sciences, humanitiesindicators.org
- Amino Inc, amino.com
- Angelopedia, angelopedia.com
- ArtikaWhulandary Beauty Camp, artikawhulandary.com
- Arquimedes Nunez, actualidad-24.com
- Asia Corp, asiacorp.eu
- Australian Veterinary Association, ava.com.au
- Bellezas Hispanas, bellezahispanas.com

Binibining Pilipinas Charities Inc, bbpilipinas.com

BPW International, bpw-international.org

Brand Image Institute, brandimageimageinstitute.com

Business Insider Singapore, businessinsider.sg

Cambridge Dictionary, dictionary.cambridge.org

Canadian Model Miss, canadianmodelmiss.com

Center for Media Freedom & Responsibility, cmfr-phil.org

Central Intelligence Agency, cia.gov

Caping, m.caping.co.id

Chamorrta Swimwear Company, chamorritaswimwear.com

Cheezburger, knowyourmeme.com

Chinese Laundry Company, chineselaundry.com

Cision's Newswire, newswire.ca

CNN Company, edition.cnn.com

College Choice Company, collegechoice.net

Critical Beauty, criticalbeauty.com

Daily Social, dailys.social

Delfi Ltd, delfilimited.com

Diamonds International Corporation, test.dicholding.com

Dictionnaire Sensagent, dictionnaire.sensagent.leparisien.fr

Douglas S. Winnail, tomorrowworld.org

Dr. Fait Muedini, internationalrelations.org

DSW Inc, dswinc.com

Dubai Media Inc, emirates247.com

E! Entertainment Television LLC, eonline.com

E.tv (Pty) Ltd Company, etv.co.za

Enkivillage Organization, enkivillage.org

Elizabeth Debold, elizabethdebold.com

European Commission, ec.europa.eu

Farouk Shami, chi.com

Fermnedoza, missosology.info

Florida Pageant Community, florida-beauty-pageants.com

Forensics Colleges & Universities, forensicscolleges.com

Freedom House Organization, freedomhouse.org

GeoCities, oocities.org

GlobalGiving Organization, globalgiving.org

GMA Network Company, gmanetwork.com

Grid.ID Portal Celebrity Breaking News, grid.id

Guardian Media Group, theguardian.com

IAC Publishing LLC, reference.com

Indiana and World Pageant, indianandworldpageant.com

Indonesian Pageants, indonesianpageants.com

Institute for Cultural Diplomacy Inc., culturaldiplomacy.org

International Beauty Pageants's Information and Analysis,
globalbeauties.com

International Organization of Parliaments, archive.ipu.org

Israel & Staff Company, isarealandstuff.com

IPFS Corporation, ipfs.com

IPS-Inter Press Service, ipsnews.net

L'Oreal Group, loreal.com

Las Vegas Sun Inc, lasvegassun.com

Leaf Group Ltd, classroom.synonym.com

Leah Teen Beauty Camp, eventbrite.com

Legacy Company, legacy.com

Listverse Ltd, listverse.com

LoveToKnow Corp, yourdictionary.com

Lux Industries, lux.com

Mac Stettzer, teachbetter.co

Maeve Maddox dkk, dailywritingtips.com

Mahaka Media, republika.co.id

Media Online Famous.id, faomus.id

MenEngage Alliance, menengage.org

Minnesota Public Radio, marketplace.org

Miss Universe Organization, missuniverse.com

missuniversevote.com

prd-ext-webtier-1264707708.us-east-1.elb.amazonaws.com

press.missuniverse.com

stage.missuniverse.com

facebook.com/missuniverse

instagram.com/missuniverse

twitter.com/missuniverse

Monika Radulovic, monikarad.com

Moscow Abkhaz Diaspora, abkhzmoscow.ru

Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa, collections.tepapa.govt.nz

Nanyang Technological University, ntu.edu.sg

National Academy of Sciences, pnas.org

National Magazine Company Ltd, readonline.co.uk

OMICS International, research.omicsgroup.org
Oxford Dictionary, en.oxforddictionaries.com
Pageant Center, pageantcenter.com
Pageant Community, thegreatpageantcommunity.com
PAGEANT iDOL, pageantidol.org
Pageantopolis, pageantopolis.com
Patheos Inc, patheos.com
PB Cosmetology Education Centre, pbbeautyschool.com
PB PERCASI, pbpercasi.com
Perusahaan Internet Kapanlagi, kapanlagi.com
Philstar Global Corp, philstar.com
Philippine New Agency, pna.gov.ph
Pinnacle Media Ltd, caymancompass.com
Pink Tank Events, pinktankevents.com.au
ProCon Organization, prostitution.procon.org
PT. Djojonegoro C-1000, youc1000.com
PT. Kompas Cyber Media, lifestyle.kompas.com
PT. Kreatif Media Karya, liputan6.com
Questex LLC, americansalon.com
Raindeocampo, raindeocampo.com
Rappler Holdings Corporation, rappler.com
Ranker LLC, ranker.com
Revolvy LLC, revolvy.com
Roger Darlington, rogerdarlington.me.uk
Sherri Hill, sherrihill.com
Singapore Management University, smu.edu.sg

Singapore Press Holdings Ltd, tnp.sg

SPOT Philippines, spot.ph

SunStar Publishing Inc, sunstar.com

Statista Company, statista.com

Statistics South Africa Company, statssa.gov.za

Telegraph Media Group Ltd, telegraph.co.uk

Time Labs, labs.time.com

The Australian Council of Social Service, acoss.org.au

The Bahamas Post, bahamaspost.com

The Borgen Organization, borgenproject.org

The Costa Rica News, thecostaricanews.com

The Culture Trip Ltd, theculturetrip.com

The Dads4Kids Fatherhood Foundation, internationalmensday.com

The Government of The Bahamas, bahamas.gov.bs

The Hollywood Reporter Company, hollywoodreporter.com

The London School of Pageantry, londonschoolofpageantry.co.uk

The Trending Facts News & Media, thetrendingfacts.com

The University of Manchester, manchester.ac.uk

Tribun Network, m.tribunnews.com

Trini Jungle Juice Carnival, trinijunglejuice.com

Trinity Mirror, express.co.uk

TripAdvisor Inc, tripadvisor.com

UC Davis Center for Poverty Research, poverty.ucdavis.edu

UK Essays Company, ukessays.com

UNAIDS, unaids.org

UNDP, hdr.undp.org

United Nations Foundation, irp.lt

United Nations Organization, un.org

UN Women, unwomen.org

University of Bristol, economicsnetwork.ac.uk

White Ribbon Organization, whiteribbon.ca

WILPF International, wilpf.org

Wonderslist Community, wonderslistcommunity.com

World Bank Group, worldbank.org

Yamamay Company, yamamay.com

ZAZI Organization, zazi.org.za

Beberapa *instagram* kontes kecantikan: [instagram.com /miss_russia_org/](https://www.instagram.com/miss_russia_org/),
[/missuniversechina/](https://www.instagram.com/missuniversechina/),
[/missuniversejapan/](https://www.instagram.com/missuniversejapan/),
[/missuniversethailand/](https://www.instagram.com/missuniversethailand/),
[/bbpilipinasofficial/](https://www.instagram.com/bbpilipinasofficial/),
[/missuniversemalaysia/](https://www.instagram.com/missuniversemalaysia/),
[/missuniversemyanmar/](https://www.instagram.com/missuniversemyanmar/), dan
[/missuniverseguam/](https://www.instagram.com/missuniverseguam/).