

REPRESENTASI CANTIK DALAM WEBTOON
(Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap
Webtoon *I am Gangnam Beauty*)

(Skripsi)

Oleh:

Rizki Nur Ahfina



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019

ABSTRAK

REPRESENTASI CANTIK DALAM WEBTOON (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Webtoon *I Am Gangnam Beauty*)

Oleh:

RIZKI NUR AHLINA

Penggambaran perempuan yang cantik menurut media adalah mereka yang memiliki badan langsing, kulit putih, dan rambut hitam. Pada dasarnya, representasi perempuan cantik yang dihadirkan oleh media hanya tertuju pada penampilan fisik, sedangkan makna cantik hakikatnya lebih luas dari itu. Saat ini, representasi mengenai perempuan yang cantik tersebut dapat dilihat di dalam komik salah satunya di webtoon berjudul *I am Gangnam Beauty*. Tujuan penelitian ini untuk merepresentasikan konsep cantik yang ditampilkan dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis semiotika Roland Barthes. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*, representasi konsep perempuan cantik sesuai dan sejalan dengan budaya masyarakat Korea tentang bagaimana perempuan dapat dikatakan cantik. Pada webtoon *I am Gangnam Beauty* menampilkan konsep kecantikan yang sesuai dengan mitos kecantikan yang diyakini oleh masyarakat, yaitu seorang perempuan hanya dinilai berdasarkan penampilan dan kecantikannya saja. Perempuan yang tidak sesuai dengan kriteria cantik tersebut dianggap perempuan yang tidak menarik dan akan selalu dituntut oleh lingkungannya terlebih lagi kaum laki-laki untuk dapat berubah dan berusaha mengikuti konsep ideal tersebut. Selain itu, lingkungan sosial juga masih memperlakukan kondisi fisik seorang perempuan yang tidak sesuai dengan standar cantik yang ada.

Kata kunci: Analisis Semiotika, Cantik, Webtoon

ABSTRACT

BEAUTIFUL REPRESENTATION IN WEBTOON (Roland Barthes Semiotic Analysis on Webtoon I Am Gangnam Beauty)

By:

RIZKI NUR AHLINA

Depictions of beautiful women according to the media are those who have a slim body, white skin, and black hair. Basically, the representation of beautiful women presented by the media is only focused on physical appearance, while the meaning of beautiful is broader than that. Currently, the representation of beautiful women can be seen through in comics, one of them in webtoon titled I am Gangnam Beauty. The purpose of this study is to represent the beautiful concept displayed in the webtoon I am Gangnam Beauty. The method of this research is Roland Barthes's semiotic analysis. Based on the results of research and discussion, it can be concluded that in the webtoon I am Gangnam Beauty, the representation of the concept of beautiful women is in accordance and in line with the culture of Korean society about how women can be said to be beautiful. In the webtoon I am Gangnam Beauty showcases the concept of beauty in accordance with the myth of beauty that is believed by the public, namely a woman is only judged based on her appearance and beauty. Women who do not meet the criteria of beauty are considered unattractive women and will always be demanded by their environment especially men to be able to change and try to follow the ideal concept. In addition, the social environment also still concerns the physical condition of a woman who is not in accordance with the existing beautiful standards.

Keywords: Semiotic Analysis, Beautiful, Webtoon

REPRESENTASI CANTIK DALAM WEBTOON
(Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap
Webtoon *I am Gangnam Beauty*)

Oleh

Rizki Nur Ahlina

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019

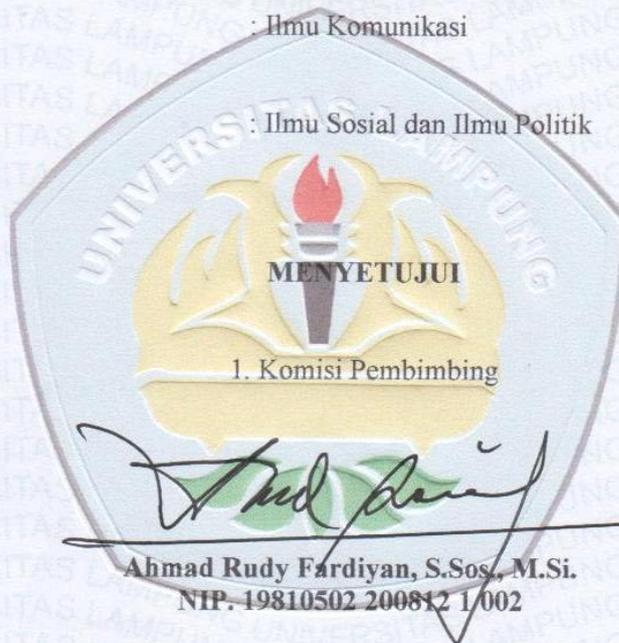
Judul Skripsi : **REPRESENTASI CANTIK DALAM WEBTOON**
(Analisis Semiotika Roland Barthes
Terhadap Webtoon *I am Gangnam Beauty*)

Nama Mahasiswa : **Rizki Nur Ahlina**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1516031060

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si.
NIP. 19810502 200812 1 002

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanik', is written above the printed name and NIP number of the second supervisor.

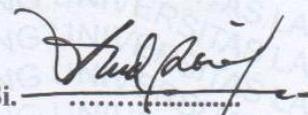
Dhanik Sulistyarini, S.Sos, MComn&MediaSt
NIP. 19760422 200012 2001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

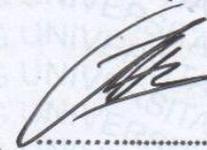
Ketua

: **Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama

: **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarif Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **12 Desember 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizki Nur Ahlina
NPM : 1516031060
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl.Raden Imba Kusuma Gg. Dipo nomor 5 Palang Besi, Kemiling
No.HP : 082182878501

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Representasi Cantik Dalam Webtoon (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Webtoon I am Gangnam Beauty)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggungjawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 05 Desember 2019

Yang membuat pernyataan,



Rizki Nur Ahlina
NPM. 1516031060

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandarlampung pada 22 September 1996, sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara, dari Bapak Marsudhi dan almh. Ibu Party. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Beringin Raya pada tahun 2002, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SDN 1 Beringin Raya pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 14 Bandarlampung yang lulus pada tahun 2011, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 16 Bandarlampung yang diselesaikan pada tahun 2014. Tahun 2015, penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di HMJ Ilmu Komunikasi Bidang Advertising. Pada periode Juli-Agustus 2018, penulis pernah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Lampung.

MOTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyiroh: 6)

”Jika kau tak bisa berlari, maka berjalanlah. Jika berjalan pun tak bisa, maka merangkaklah. Tak apa, asalkan jangan sampai kau berhenti.”

(Erlangga Greschinov)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Kupersembahkan karya sederhana namun penuh perjuangan ini kepada kedua orangtua yang sangat kusayangi, Bapak Marsudhi dan almh. Ibu Party, serta kakak-kakakku M. Noer Fallahi dan Anggar Bagus Kurniawan

Kupersembahkan juga untuk semua sahabat,
Serta orang-orang yang selalu bersedia mendukungku sepenuh hati

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan. Terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Dhanik Sulistyarini S.Sos, M.Comn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, nasihat, keramahan yang selalu Bapak berikan selama berlangsungnya proses bimbingan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada Bapak.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dosen Pembahas. Terima kasih atas apresiasi, semangat, koreksi, serta saran demi kelancaran penulisan skripsi ini. Semoga Ibu dan keluarga selalu diberikan kebaikan dan kesehatan.

6. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&MediaSt, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam menjalankan perkuliahan.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Teruntuk Bapak Marsudhi dan Ibu almh. Party tersayang, terima kasih sebesar-besarnya atas cinta dan kasih sayang yang kalian berikan selama ini. Terima kasih juga atas doa yang tulus yang selalu kalian panjatkan untuk keberhasilanku. Semoga Allah SWT selalu melindungi Bapak dan memberikan tempat yang bahagia di sisi Allah buat Ibu. Aamiin Ya Rabbal Alamin.
9. Teruntuk Kakakku, M. Noer Fallahi dan Anggar Bagus Kurniawan, terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan. Semoga kita selalu menjadi kebanggaan keluarga.
10. Untuk MH Agustian Marti, terima kasih karena telah menjadi tempat untukku berkeluh kesah dan selalu memberikan arahan di kala diri ini tak tentu arah.
11. Untuk sahabat-sahabatku di Geng Milyarder, Tibe, Pebi, SS, Umik Dinda, Bonbon, Bile, Putri. Terima kasih karena kalian telah menjadi keluarga kedua bagiku untuk berbagi cerita baik dalam suka maupun duka. Semoga kita semua dapat sukses di setiap pilihan yang akan kita buat.
12. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015. Terima kasih kepada kalian semua atas cerita dan kenangan yang telah kita ukir bersama.

13. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala pembelajaran berharga di bangku perkuliahan yang telah membuat penulis menjadi orang yang lebih baik.

Semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat dan ridho-Nya untuk kita semua dalam hidup ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan keluasan ilmu bagi semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandar Lampung, 4 Desember 2019
Penulis,

Rizki Nur Ahlina

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Representasi.....	15
2.3 Cantik, Kulit Putih, dan Perempuan	17
2.4 Kecantikan dan Gender	20
2.5 Perbedaan Konsep Cantik Korea dan Barat	22
2.6 Perubahan Standar Cantik dari Masa ke Masa	25
2.7 Hegemoni Media dalam Pembentukan Standar Cantik.....	29
2.8 LINE Webtoon	31
2.8.1 Webtoon <i>I am Gangnam Beauty</i>	33
2.9 Tinjauan Tentang Semiotika.....	34
2.10 Semiotika Roland Barthes	37
2.11 Kerangka Pemikiran	39
III. METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Tipe Penelitian.....	41
3.2 Fokus Penelitian	42
3.3 Metode Penelitian	42
3.4 Sumber Data	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Analisis Data	45
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	48
IV. GAMBARAN UMUM	49
4.1 Sejarah Webtoon.....	49

4.2	Fitur-fitur Webtoon	50
4.3	Webtoon <i>I am Gangnam Beauty</i>	57
4.3.1	Tokoh Webtoon <i>I am Gangnam Beauty</i>	61
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	66
5.1	Hasil Penelitian.....	66
5.1.1	Potongan Cerita Ep. 1 Mulai Hari Ini Cantik	66
5.1.2	Potongan Cerita Ep. 2 Cantik Daridulu	73
5.1.3	Potongan Cerita Ep. 25 Komite Siswa.....	78
5.1.4	Potongan Cerita Ep. 31 Bunga (Bagian Awal)	86
5.1.5	Potongan Cerita Ep. 56 Penyamaran	93
5.2	Pembahasan	100
VI.	PENUTUP.....	109
6.1	Simpulan.....	109
6.2	Saran	110

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perbedaan Konsep Cantik Korea dan Barat	24
2. Venus of Willendorf	25
3. Marilyn Monroe	26
4. Twiggy	27
5. Halaman Depan Webtoon <i>I am Gangnam Beauty</i>	33
6. Peta Tanda Roland Barthes	38
7. Bagan Kerangka Pikir	40
8. Logo Line Webtoon	50
9. Halaman Depan Line Webtoon	51
10. Fitur Jadwal Harian	51
11. Fitur Genre	52
12. Fitur Populer	53
13. Fitur Kanvas	54
14. Halaman Utama Komik	54
15. Nama Penulis Webtoon <i>I am Gangnam Beauty</i>	55
16. Fitur <i>Share</i> dan <i>Favorit</i>	55
17. Informasi Komik	55
18. Fitur <i>Love</i> atau <i>Suka</i>	56
19. Jumlah <i>Love</i> Setiap Episode	56
20. Fitur Komentar Pada Setiap Episode	56
21. Ilustrasi Penolakan yang Didapat Kang Mi Rae	57
22. Ilustrasi Kang Mi Rae yang Mencoba Bunuh Diri	58
23. Ilustrasi Tanda Peringatan Jika Ingin Bunuh Diri	58
24. Ilustrasi Wajah Kang Mi Rae Setelah Operasi	59
25. Ilustrasi Cemoohan Terhadap Wajah Kang Mi Rae	59
26. Ilustrasi Kekerasan yang Diterima Mi Rae	60
27. Ilustrasi Kebohongan Sua	61
28. Kang Mi Rae	61
29. Do Kyung Suk	62
30. Hyun Sua	63
31. Eun Yoo	63
32. Na Hyesung	64
33. Kim Tae Hee	64
34. Kwon Yoonbyeol	65
35. Potongan Cerita Episode 1	66
36. Miss World 2018	71
37. Potongan Cerita Episode 2	73

38. Sudut Pandang <i>Low Angle</i>	77
39. Potongan Cerita Episode 25	75
40. Potongan Cerita Episode 31	86
41. Potongan Cerita Episode 56	93
42. Video Kampanye <i>You Look Disgusting</i>	99
43. Tokoh Perempuan Pada Komik Amerika	101
44. Tokoh Perempuan Pada Komik Jepang	102
45. Bentuk-Bentuk Ekspresi Wajah Pada Komik Jepang	105

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam interaksi sosial, bentuk fisik adalah hal yang pertama kali dinilai dari seorang perempuan. Masyarakat tidak akan menilai seorang perempuan dari kecerdasan intelektualnya atau kelebihan lain di balik bentuk fisiknya terlebih dahulu. Budaya kesan pertama (*first impression culture*) di masyarakat menunjukkan bahwa lingkungan sering kali menilai seseorang berdasarkan kriteria luar, seperti tampilan fisik. Tampilan yang baik sering diasosiasikan dengan status yang lebih tinggi, kesempatan yang lebih luas untuk dapat menarik pasangan, dan kualitas positif lainnya. Brehm (dalam Melliana, 2006: 45) mengemukakan bahwa orang cenderung menilai orang gemuk sebagai orang yang malas dan suka memanjakan diri sendiri, sedangkan orang yang langsing dinilai sebagai orang yang teratur dan disiplin.

Pada awalnya konsep tentang cantik ini bergantung dengan budaya dan ideologi masing-masing tempat. Seperti pada tahun 1920-an, kecantikan perempuan identik dengan kulit super pucat, bibir busur, rambut pendek, riasan tebal dan bibir berwarna gelap. Kemudian pada tahun 1970, Marilyn Monroe menjadi *trendsetter* di dunia kecantikan dengan ciri tubuh kurus, kulit hitam, rambut ombak serta payudara kecil. Tahun 1990, wanita dianggap cantik jika memiliki lekuk tubuh yang jelas serta rambut lurus yang

mengembang. Sedangkan *trend* kecantikan yang berkembang dari tahun 2000-an hingga saat ini yaitu wanita yang berhidung mancung, memiliki rambut panjang, kulit putih dan halus, serta tubuh langsing layaknya *Miss World*.

Abdullah (2006: 138) mengemukakan bahwa pengaruh globalisasi telah menyentuh semua aspek kehidupan manusia, termasuk tubuh. Tubuh juga mengalami perubahan melalui proses konstruksi budaya. Masing-masing budaya memiliki kekhasan kecantikan yang ditunjukkan melalui ciri-ciri fisik dan non fisik. Lebih lanjut mengenai ciri-ciri fisik, Setiawan (2004: 361) menyebutkan bahwa Korea termasuk ke dalam ras Mongoloid yang memiliki ciri-ciri kulit kuning, rambut lurus, kepala bundar, rahang lebar dan tegas, hidung rendah dan mata sipit.

Dalam masyarakat Korea, nilai sebuah kecantikan itu dilihat dari sebagaimana menariknya penampilan mereka yang dilihat dari tubuh. Yun (dalam Khulsum, 2014: 2) menyatakan bahwa selama 40 tahun terakhir orang Korea mencari perempuan bertubuh tinggi dan langsing seperti model Barat yang dijadikan sebagai patokan cantik ideal. Cantik menurut orang Korea terinspirasi dari bentuk cantik perempuan Barat yaitu perempuan yang memiliki badan tinggi dan langsing, berkulit putih, mata yang besar, hidung mancung dan juga bentuk muka yang kecil membentuk garis *V-Line* pada dagu.

Konsep cantik yang berkembang di Korea ini tentunya berbeda dengan kebudayaan asli mereka sendiri. Hal ini membuat banyak perempuan Korea

merasa tidak percaya diri dan mulai untuk merubah penampilannya sesuai dengan konsep cantik yang ada. Salah satu hal yang dilakukan untuk merubah penampilan mereka yaitu dengan melakukan operasi plastik. Menurut laporan International Society of Plastic Surgery, tercatat pada tahun 2016 Korea Selatan menjadi Negara dengan rasio dokter bedah plastik tertinggi di dunia dan sekitar sepertiga perempuan Korea berusia antara 19 hingga 29 tahun mengatakan mereka telah menjalani operasi plastik (www.voaindonesia.com diakses pada 13 Desember 2019 pukul 21.10 WIB).

Adanya anggapan bahwa perempuan yang memiliki tubuh ideal akan mendapatkan respons yang lebih positif di masyarakat merupakan salah satu penyebab sebagian besar perempuan berusaha mengikuti *trend* tubuh ramping. Tindakan yang diambil para perempuan yang terobsesi oleh kecantikan yang harus mereka miliki tersebut mulai dari pengurangan berat badan sampai operasi plastik. Kesadaran perempuan bahwa dengan terus memuaskan diri seperti itu sesungguhnya dapat menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan mereka sendiri terutama kesehatan mental mereka, namun hal ini tampaknya masih kalah dibandingkan dengan keinginan para perempuan tersebut untuk dapat tampil cantik dan langsing.

Kecantikan perempuan yang terus menerus diarahkan dan dikontrol membuat posisi perempuan menjadi lemah, bahkan terhadap tubuh dan kecantikannya sendiri. Untuk mendapatkan wajah yang cantik, para perempuan rela untuk melakukan perawatan wajah, *makeup* ataupun yang paling ekstrem yaitu operasi plastik. Tekanan yang besar dari keluarga dan masyarakat menjadi salah satu faktor penentunya. Dengan memiliki wajah yang cantik, banyak

perempuan menganggap bahwa ia dapat lebih mudah diterima dan diakui oleh masyarakat.

Bagi kebanyakan perempuan, citra tubuh hampir tidak mungkin dilepaskan dari *self-esteem*, sehingga jika seorang perempuan merasa tidak nyaman dan tidak bahagia dengan bentuk tubuhnya, ia juga merasa tidak bahagia terhadap dirinya. Kalau seorang perempuan tidak puas dengan bentuk tubuhnya sendiri, berarti ia juga tidak puas terhadap dirinya sendiri karena siapa dirinya didasarkan atas bagaimana penampilannya. Hal ini tentunya berbahaya karena perempuan menganggap kecantikan adalah perpaduan dari tubuh ideal, citra diri, kepercayaan diri, dan jati dirinya.

Demikian pula, usaha-usaha perbaikan dan perawatan fisik yang dilakukan oleh perempuan tidaklah semata-mata hanya demi keindahan fisik itu sendiri agar ia terlihat cantik dan menarik. Usaha itu juga merupakan bentuk terapi agar dapat lebih mencintai diri sendiri jika ia mendapatkan bentuk fisik yang bagus karena sangat berpengaruh pada kenyamanan dan kepuasan batinnya. Hal ini terjadi karena adanya internalisasi nilai budaya yang timpang gender pada diri perempuan, sehingga seorang perempuan yang berpenampilan lebih baik juga mulai merasakan hal yang lebih baik mengenai dirinya sendiri.

Pandangan terhadap kecantikan yang tercipta di masyarakat banyak dipengaruhi oleh media massa yang merupakan salah satu bagian dari suatu budaya. Sobur (2006: 39) mengatakan bahwa media sebenarnya tidak hanya mencerminkan budaya masyarakat, akan tetapi juga mengkonstruksi budaya masyarakat. Media massa sering menampilkan bentuk dan ukuran tubuh yang

ideal bagi perempuan. Penggambaran perempuan yang cantik menurut media adalah mereka yang memiliki badan langsing, kulit putih, dan rambut hitam. Para perempuan menjadikan model yang terdapat dalam majalah atau iklan kecantikan sebagai standar untuk ukuran kecantikan. Pada dasarnya, representasi perempuan cantik yang dihadirkan oleh media hanya tertuju pada penampilan fisik, sedangkan makna cantik hakikatnya lebih luas dari itu.

Saat ini, representasi mengenai perempuan yang cantik tersebut dapat dilihat melalui iklan, film, majalah, maupun di dalam komik. Representasi dapat dikatakan merujuk kepada konstruksi segala bentuk media terutama media massa terhadap segala aspek realitas atau kenyataan seperti masyarakat, objek, peristiwa, hingga identitas budaya. Hall (dalam Juliastuti, 2000: 6) mengatakan bahwa representasi adalah salah satu praktik penting yang memproduksi kebudayaan. Selain itu, Hall juga menegaskan bahwa representasi harus dipahami dari peran aktif dan kreatif orang dalam memaknai dunia. Representasi yang dimaksud dapat berbentuk kata-kata atau tulisan dan gambar bergerak.

Dibandingkan dengan media yang lain, komik memiliki kekhasan sendiri yaitu konsep cerita yang disajikannya melalui gambar serta tulisan sebagai pendukung. Selain itu, daya tarik komik adalah komik mampu menarik perhatian khalayak melalui bahasa gambar yang mudah untuk dipahami dan diingat. Tanpa disadari, komik menjadi sebuah refleksi desain yang lebih dari sekedar hiburan ringan semata.

Seiring berkembangnya teknologi, komik yang pada awalnya berbentuk buku perlahan-lahan mulai berubah bentuk menjadi digital. Komik digital memiliki kelebihan tersendiri dibanding dengan komik cetak, seperti mempermudah para kreator komik untuk mendistribusikan komiknya sendiri melalui sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram atau *website* seperti *webtoons.com* ke pembaca di seluruh penjuru dunia, dan dapat secara langsung menampung dan menampilkan komentar-komentar dari pembacanya. Selain itu, komik digital juga dapat diakses secara gratis dan mudah karena bisa dibaca melalui *smartphone*. Saat ini, banyak *website* yang menyediakan bentuk komik dalam digital ini, seperti *Ciayo comic* dan *Tapas*, namun yang paling banyak diminati saat ini adalah *webtoons.com*. Pada 2016 tercatat bahwa pengguna LINE Webtoon di seluruh dunia sebanyak 35 juta pengguna dan 6 juta diantaranya berasal dari Indonesia (<https://hot.detik.com/art/3274551/pembaca-line-webtoon-indonesia-terbesar-di-dunia> diakses pada 2 Februari 2019 pukul 10.00 WIB).

Webtoon merupakan komik digital yang dapat diakses melalui jaringan internet. Segmentasi webtoon cukup luas dilihat dari konten yang disajikan yaitu mulai dari genre yang digemari remaja hingga konten yang bermuatan dewasa. Pada umumnya, komik biasa hanya disajikan dengan gambar hitam putih saja, tetapi webtoon berbeda karena menampilkan gambar yang lebih berwarna. Selain itu, webtoon juga lebih praktis dikarenakan dapat dengan mudah diakses dan dibaca oleh semua orang. Tidak hanya itu saja, penulis dan pembaca dapat berinteraksi melalui halaman komentar yang telah disediakan oleh webtoon. Dengan adanya interaksi tersebut, tidak jarang

komentar dari pembaca menjadi sebuah masukan untuk penulis. Pembaca dapat dikatakan membawa sebuah peran besar untuk menentukan kelanjutan dari episode webtoon tersebut.

Bicara mengenai komik tentunya tidak terlepas dari tokoh pemeran komik tersebut. Berbagai genre komik dari mulai komedi, romantis, horor, *action* akan selalu ada tokoh wanita didalamnya. Dalam alur cerita pun kehidupan yang biasa diangkat ke dalam komik adalah permasalahan-permasalahan yang dialami wanita, salah satunya masalah kecantikan. Bentuk tubuh wanita pun termasuk dalam salah satu kriteria pertimbangan apakah wanita tersebut dikatakan cantik atau tidak. Wanita bertubuh kurus dan langsing dirasa lebih menarik dan cantik dibanding wanita bertubuh gemuk.

Penggambaran tokoh yang ada di webtoon, *manga* atau komik memiliki kekhasan sendiri dan biasanya menonjolkan pada bagian tubuh yang lebih spesifik. Sosok perempuan dalam *manga* dan webtoon biasanya digambarkan dengan mata yang bulat dan besar, hidung kecil dan mancung serta bibir yang mungil, tipikal wajah seperti itulah yang menjadi ciri khas *manga*. Penggambaran ini tentunya sangat berbeda dengan budaya asli dari Negara Jepang maupun Korea yang mana perempuannya cenderung memiliki mata yang sipit. Hal ini dapat dipengaruhi oleh konsep cantik yang telah berubah dan digeneralisir menjadi suatu kebenaran yang diyakini sehingga konsep tersebut harus diikuti.

Webtoon berjudul *I am Gangnam Beauty* merupakan salah satu webtoon yang dirilis pada tahun 2016. Tercatat sudah ada 7,6 juta pembaca yang menyukai

webtoon ini dan sudah di *translate* ke dalam 3 bahasa yaitu bahasa Thailand, Indonesia, dan Cina. Tidak hanya itu saja, pada tahun 2018 webtoon ini sudah diangkat menjadi serial drama korea dan menjadi salah satu drama korea yang memiliki *rating* tertinggi.

Webtoon *I am Gangnam Beauty* yang bergenre romantis ini ditulis oleh Gi Maeng Gi yang menceritakan tentang kehidupan wanita yang melakukan operasi plastik untuk dapat tampil cantik dan diterima dalam masyarakat. Sebelum melakukan tindakan operasi plastik, Kang Mi Rae yang merupakan tokoh utama selalu mendapat ejekan dari lingkungan sekitarnya bahkan tidak ada orang yang ingin berteman dengannya. Semua ejekan yang ia terima membuatnya depresi dan mengambil langkah untuk melakukan operasi plastik. Namun, setelah ia memiliki wajah yang cantik ia tetap mendapat ejekan dari orang-orang sekitarnya karena melakukan operasi plastik sampai ia dijuluki sebagai monster plastik. Webtoon *I am Gangnam Beauty* memiliki 80 episode, 4 episode cerita tambahan dan 7 episode *spin-off*.

Kriteria mengenai standar kecantikan yang berkembang di masyarakat mengalami perubahan sesuai dengan *trend* yang berkembang. Hal ini tidak lepas dari peran budaya yang cukup berpengaruh dalam pembentukan kriteria tentang kecantikan tersebut. Selain itu, paparan dari berbagai media yang menampilkan sosok perempuan cantik dan sempurna seperti seorang model terus menerus disajikan dan membuat para perempuan merasa tidak percaya diri. Hal ini tentunya berbahaya karena dengan ketidakpercayaan perempuan

akan dirinya sendiri membuat mereka akan melakukan tindakan yang ekstrem untuk mencapai standar cantik yang telah dibuat.

Dalam komik ini tergambar jelas bagaimana perempuan dan orang-orang sekitar menganggap kecantikan sebagai hal utama yang wajib dimiliki. Perempuan yang memiliki wajah cantik dianggap dapat lebih mudah bergaul dan diterima oleh masyarakat. Komik ini juga mampu mewakili gambaran hidup perempuan modern yang rela melakukan apapun demi mendapat pengakuan dari masyarakat. Dari permasalahan tersebut, saya rasa perlu untuk dikaji bagaimana representasi perempuan cantik yang tertuang dalam komik tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti adalah: Bagaimanakah representasi konsep cantik dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk : Merepresentasikan konsep cantik yang ditampilkan dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi khususnya semiotika serta bagaimana konstruksi yang dibangun oleh media massa.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan juga informasi mengenai penggambaran serta makna konsep cantik yang dibentuk oleh sebuah komik serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Penulis sudah melakukan analisis dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bahasan dalam penelitian ini yaitu mencakup tentang representasi cantik. Dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Safitry Rahmawati yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang berjudul *Representasi Kecantikan Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Video Make-up Tutorial Beauty Vlogger Abel Cantika di Youtube)*. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2017. Penelitian ini memfokuskan pada warna dari penggunaan *make up* dalam video *make up tutorial* Abel Cantika di Youtube yang menjadi representasi kecantikan seorang wanita dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Safitry Rahmawati adalah dalam video *make-up tutorial* memperlihatkan bahwa wanita cantik tidak hanya dilihat dari bentuk fisik semata. Konsep

cantik yang dimaknai yaitu adanya penggunaan *make-up* untuk meningkatkan kepercayaan diri seorang wanita tanpa harus merubah bentuk asli fisik. Selain itu, masing-masing elemen *make-up* memiliki fungsi tersendiri dalam kecantikan, yang mana saat ini berdasarkan tinjauan psikologis, *make-up* memiliki dua fungsi yaitu *camouflage* (menutupi kekurangan) dan *seduction* (menyempurnakan penampilan) yang keduanya bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri. Warna-warna yang digunakan dalam video *make-up* tersebut juga melambangkan kehidupan wanita yang hedonisme.

Perbedaan penelitian milik Safitry Rahmawati dengan penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan webtoon *I am Gangnam Beauty* sebagai objeknya, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan video *make-up tutorial* Abel Cantika di Youtube. Penelitian yang dilakukan oleh Safitry Rahmawati memberikan kontribusi bagi penulis dalam memahami analisis semiotika milik Roland Barthes.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ismail Suparjo yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang berjudul *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Veet Versi Julie's Beauty Secret (Analisis Semiotika Roland Barthes di Televisi)*. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2017. Penelitian ini memfokuskan pada penggambaran konsep cantik dengan menganalisis tanda dan makna yang terkandung dalam iklan tersebut dengan menggunakan metode analisis teks media berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian yang

dilakukan oleh Ismail menunjukkan bahwa makna denotasi iklan *Veet Versi Julie's beauty secret* menggambarkan kisah perempuan yang berusaha tampil cantik untuk mendapatkan keinginannya. Secara konotasi iklan ini menanamkan konsep kecantikan perempuan kepada audiensnya. Selanjutnya terdapat mitos yang dihasilkan melalui makna tataran kedua dimana perempuan dianggap cantik jika dirinya memiliki tubuh yang tinggi, langsing dan memiliki kulit mulus. Bentuk-bentuk representasi yang terdapat pada Iklan *Veet versi Julie's beauty secret* adalah kecantikan perempuan selalu digambarkan dengan warna putih dan pink. Kemudian kecantikan perempuan dinilai dari fisiknya (*outer beauty*) dan kecantikan perempuan dibentuk dari kaum kapitalis.

Perbedaan penelitian milik Safitry Rahmawati dengan penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan webtoon *I am Gangnam Beauty* sebagai objeknya, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan iklan *Veet versi Julie's beauty secret*. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail Suparjo memberikan kontribusi bagi penulis dalam memahami analisis semiotika milik Roland Barthes.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Aspek Penelitian	Keterangan
1.	Peneliti (Tahun)	Safitry Rahmawati (2017)
	Judul	Representasi Kecantikan Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Video <i>Make-up Tutorial Beauty Vlogger</i> Abel Cantika di Youtube)
	Fokus Penelitian	Warna dari penggunaan <i>make-up</i> dalam video <i>make-up tutorial</i> Abel Cantika di Youtube
	Metode Analisis	Pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes
	Hasil Penelitian	Dalam <i>video make-up tutorial</i> memperlihatkan bahwa wanita cantik tidak hanya dilihat dari bentuk fisik semata. Konsep cantik yang dimaknai yaitu adanya penggunaan <i>make-up</i> untuk meningkatkan kepercayaan diri seorang wanita tanpa harus merubah bentuk asli fisik. Selain itu, masing-masing elemen <i>make-up</i> memiliki fungsi tersendiri dalam kecantikan, yang mana saat ini berdasarkan tinjauan psikologis, <i>make-up</i> memiliki dua fungsi yaitu <i>camouflage</i> (menutupi kekurangan) dan <i>seduction</i> (menyempurnakan penampilan) yang keduanya bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri. Warna-warna yang digunakan dalam <i>video make-up</i> tersebut juga melambangkan kehidupan wanita yang hedonisme.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti, dimana dalam penelitian ini meneliti representasi cantik dalam video <i>make-up tutorial</i> di youtube sedangkan penulis menggunakan webtoon
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan pemahaman tentang analisis semiotik milik Roland Barthes
2.	Peneliti (Tahun)	Ismail Suparjo (2017)
	Judul	Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan <i>Veet</i> Versi <i>Julie's Beauty Secret</i> (Analisis Semiotika Roland Barthes di Televisi)
	Fokus Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana penggambaran konsep cantik dalam iklan dengan menganalisis tanda dan makna yang terkandung dalam iklan tersebut
	Metode Analisis	Pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes
	Hasil Penelitian	Makna denotasi iklan <i>Veet</i> Versi <i>Julie's beauty secret</i> menggambarkan kisah perempuan yang berusaha tampil cantik untuk mendapatkan keinginannya. Secara konotasi iklan ini

		menanamkan konsep kecantikan perempuan kepada audiensnya. Selanjutnya terdapat mitos yang dihasilkan melalui makna tataran kedua dimana perempuan dianggap cantik jika dirinya memiliki tubuh yang tinggi, langsing dan memiliki kulit mulus. Bentuk-bentuk representasi yang terdapat pada Iklan <i>Veet versi Julie's beauty secret</i> adalah 1) Kecantikan perempuan selalu digambarkan dengan warna putih dan pink. 2) Kecantikan perempuan dinilai dari fisiknya (<i>outer beauty</i>). 3) Kecantikan perempuan dibentuk dari kaum kapitalis.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti, dimana dalam penelitian ini meneliti representasi cantik dalam iklan sedangkan penulis menggunakan webtoon
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan pemahaman tentang analisis semiotik milik Roland Barthes

2.2 Representasi

Representasi berasal dari bahasa Inggris "*representation*" yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran. Menurut Hall (2003: 17), "*Representations connects meaning and language to culture.... Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of culture.*" Melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa representasi secara singkat adalah salah satu cara untuk memproduksi makna.

Fiske (2004: 282) mengatakan bahwa representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa. Lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut itulah seseorang yang

dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu (Juliastuti, 2000: 56).

Representasi bekerja melalui sistem representasi. Sistem Representasi ini terdiri dari dua komponen penting, yakni konsep dalam pikiran dan bahasa. Kedua komponen ini saling berelasi. Konsep dari sesuatu hal yang kita miliki dalam pikiran kita, membuat kita mengetahui makna dari hal tersebut. Namun, makna tidak akan dapat dikomunikasikan dengan bahasa. Oleh karena itu, yang terpenting dalam sistem representasi yaitu bahwa kelompok yang dapat berproduksi dan bertukar makna dengan baik adalah kelompok tertentu yang memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga dapat menciptakan suatu pemahaman yang (hampir) sama.

Pemaknaan terhadap sesuatu dapat sangat berbeda dalam budaya atau kelompok masyarakat yang berlainan karena pada masing-masing budaya atau kelompok masyarakat tersebut ada cara-cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang pemahaman yang tidak sama terhadap kode-kode budaya tertentu tidak akan dapat memahami makna yang diproduksi oleh kelompok masyarakat lain.

Makna tidak lain adalah suatu konstruksi. Manusia mengkonstruksi makna dengan sangat tegas sehingga suatu makna terlihat seolah-olah alamiah dan tidak dapat diubah. Makna dikonstruksi melalui sistem representasi dan difiksasi melalui kode. Kode inilah yang membuat masyarakat yang berada dalam suatu kelompok budaya yang sama mengerti dan menggunakan nama yang sama, yang telah melewati proses konvensi secara sosial. Oleh karena

itu, kode dapat membangun korelasi antara konseptual yang ada dalam pikiran kita dengan sistem bahasa yang kita gunakan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa representasi adalah suatu proses untuk memproduksi makna dari konsep yang ada di pikiran kita melalui bahasa. Proses produksi makna tersebut dimungkinkan dengan hadirnya sistem representasi. Namun, proses pemaknaan tersebut bergantung pada latar belakang dan pemahaman suatu kelompok sosial terhadap suatu tanda. Suatu kelompok harus memiliki pengalaman yang sama untuk dapat memaknai sesuatu dengan cara yang hampir sama.

2.3 Cantik, Kulit Putih, dan Perempuan

Kecantikan merupakan sebuah kata yang sangat diidam-idamkan oleh kaum perempuan. Pada era 49 SM, Cleopatra, Sang Ratu Mesir menjadi simbol kecantikan di zamannya. Maka orang berlomba-lomba meniru gaya Cleopatra. Pada zaman Eropa modern, wanita Eropa menggunakan korset yang sangat ketat untuk memperoleh pinggang yang kecil dan ramping. Begitu pula yang terjadi di China, sejak kecil para wanita di sana dipaksa untuk memakai sepatu berukuran kecil, hal ini dikarenakan adanya persepsi bahwa wanita yang cantik adalah wanita dengan kaki yang kecil.

Kriteria mengenai konsep cantik selalu berubah dari masa ke masa, paling tidak jika dilihat dari sisi estetis. Definisi kecantikan adalah relatif karena pengertian cantik dari waktu ke waktu selalu berubah dan begitu juga pengertian cantik di tiap negara berbeda pula sesuai dengan ideologi dan latar belakang budaya masing-masing.

Bagaimana perempuan menilai tubuhnya akan sangat berkaitan dengan bagaimana lingkungan sosial dan budaya di luar dirinya menilai tubuh perempuan. Artinya kalangan perempuan akan selalu berusaha untuk menyesuaikan bentuk tubuh mereka dengan kata sosial dan budaya masyarakat tentang konsep kecantikan.

Sejak masa kanak-kanak hingga dewasa, perempuan diajarkan oleh lingkungannya untuk meyakini bahwa kecantikan fisik adalah sumber daya tariknya. Melliana (2006: 16) mengatakan bahwa daya tarik fisik perempuan menjadi hal utama untuk mengukur kebanggan seseorang perempuan dalam masyarakatnya. Hal tersebut dapat dikatakan, bagaimana penampilan merupakan bentuk kontrol sosial yang mempengaruhi perempuan melihat dirinya dan bagaimana ia dilihat oleh masyarakat sekitar. Harapan perempuan tentang kecantikan fisik tersebut telah menambah akan pentingnya nilai kecantikan itu sendiri sehingga perempuan akan menjadi semakin rapuh dan juga peka terhadap penampilannya.

Tubuh perempuan dikatakan cantik tidak hanya berdasarkan kecantikan wajahnya, tetapi juga identik dengan kulit yang putih, mulus dan kencang, serta bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan dan kemontokan organ tertentu, seperti dada dan pinggul, bibir yang sensual, serta segala hal yang terkait dengan organ tubuh perempuan (Kasiyan, 2008: 281).

Prabasmoro (2003: 100) menjelaskan adanya keterkaitan persepsi kecantikan dengan definisi putih, yaitu putih dianggap sebagai ras yang superior, dan karena itu dinormalkan dan diidealkan. Putih dan ke-putih-an

adalah hal yang signifikan, bukan saja dalam kategori sebagai ras saja, melainkan juga dalam definisi dan konstruksi kecantikan, feminitas, seksualitas, dan domestisitas perempuan.

Yulianto (2007: 42) menjelaskan putih adalah simbol dari kebersihan, kecantikan, kesucian, kebaikan, dan derajat yang lebih tinggi. Sebaliknya warna hitam identik dengan kotor, jelek, dosa, malam atau gelap, dan sedih. Stigma perempuan berkulit putih lebih terhormat dan terdidik ternyata tidak terlepas dari jaman kolonial yang mengistimewakan ras kulit putih sebagai ras yang lebih tinggi status sosialnya dibandingkan dengan ras kulit hitam.

Persepsi kecantikan dan terkaitannya dengan kulit putih adalah sesuatu yang menurut McClintock mempunyai sejarah yang cukup lama. McClintock (dalam Prabasmoro 2003: 37) telah menganalisa iklan sabun dari Zaman Victoria di Inggris pada abad 19, dan berargumen bahwa iklan sabun itu menjadi agen rasisme, kolonialisme, dan imperialisme. Menurut analisis McClintock (dalam Prabasmoro, 2003: 38) iklan sabun bergantung pada kebudayaan yang imperial (*imperial culture*) dan alam yang terjajah (*colonised nature*) sebagai dikotomi hitam atau putih. Kulit hitam ditandai sebagai “alam”, yang dalam konteks ini mengimplikasi seseorang yang tidak berbudaya, tidak beradab, liar, dan juga orang yang “kotor” dan “tercemar” yang perlu dipurifikasi. Dalam dikotomi kebudayaan yang imperial dan alam yang terjajah, putih menandai keadaan berbudaya, bersih, dan murni.

Hingga saat ini, stigma mengenai konsep perempuan cantik itu yang memiliki kulit putih terus berkembang dan melekat di masyarakat. Banyak studi melaporkan, pada umumnya orang berasumsi bahwa perempuan yang memiliki kulit putih dan cantik tidak hanya digemari dan disukai sebagai pasangan kewanitaan atau teman, namun juga diasosiasikan dengan hal-hal yang baik. Misalnya, mereka dipandang akan lebih sukses dalam kehidupannya, lebih berbakat, lebih sosial dan lebih percaya diri, sekaligus mendapatkan perlakuan yang lebih baik dari masyarakat. Sebagai contoh, pasien perempuan di rumah sakit jiwa menerima lebih banyak terapi privat jika mereka muda dan cantik, para pelamar pekerjaan yang menarik lebih banyak diterima dalam hampir segala macam pekerjaan (Freedman dalam Melliana, 2006: 14).

2.4 Kecantikan dan Gender

Kecantikan ibarat sebuah mitos dan legenda. Berbagai kisah tentang perempuan yang cantik dan feminim banyak diabadikan dalam berbagai bentuk di sekitar kita. Sebenarnya, tidak ada definisi baku mengenai arti dari kecantikan, oleh karena itu seperti di sebutkan di atas kecantikan ibarat sebuah mitos dan legenda berarti tidak ada definisi pasti mengenai makna kata cantik dan kecantikan. Miranti (2005: 164) mengutip dan mengemukakan dari mana ide kecantikan berasal. Banyak kritik feminis menyatakan bahwa ide kecantikan berasal dari dominasi pria. Pria lah yang menginginkan kriteria kecantikan dan membuatnya dijadikan sebagai sebuah pedoman bagi perempuan.

Wacana kecantikan dan feminitas perempuan tidak dapat di lepaskan dari konstruksi budaya patriarki yang memberikan kuasa pada laki-laki untuk memberikan pengakuan atas feminitas perempuan di satu sisi, dan perempuan untuk selalu mencari pengakuan atas feminitasnya dari pihak laki-laki (Prabasmoro, 2003: 54). John Stuart Mill (dalam Syata, 2012: 21) melacak penyebab penindasan perempuan pada kebiasaan dan sikap laki-laki secara individual. Fokusnya yaitu para laki-laki penindas yang memiliki pendidikan moral rendah membuat mereka mengembangkan nafsu-nafsu dan mementingkan diri untuk berkuasa. Dari keterangan Mill tersebut, terlihat bahwa laki-laki dengan kuasa dan nafsunya yang menentukan sebuah standar ideal untuk wanita.

Laki-laki sebagai pihak yang dianggap memiliki kuasa dimasa lampau telah menyeleksi beberapa simbol sebagai suatu dasar penting untuk membangun citra diri (*self image*). Ollenburger (dalam Syata, 2012: 21) mengemukakan untuk mengetahui nilai simbolis dari kecantikan dapat dilihat dari tingkat penampilan visual tubuh tertentu yang dihargai. Ini bisa mencakup pakaian, pewarna badan (termaksud pemakaian kosmetik), atau bahkan ukuran dan bentuk tubuh. Simbol-simbol hasil seleksi kaum inilah yang menjadi ukuran ideal mengenai kecantikan bagi perempuan.

Di berbagai belahan dunia terdapat kriteria yang berbeda-beda mengenai kecantikan. Kriteria-kriteria tersebut muncul dari keinginan laki-laki terhadap hal-hal yang membuat mereka tertarik kepada seorang perempuan. Misalnya perempuan yang cantik di Jepang adalah mereka yang memiliki

kulit halus dan rambut panjang, di Burma dan Thailand perempuan cantik adalah mereka yang memiliki leher yang panjang dan di Iran seorang perempuan dianggap cantik jika mereka memiliki hidung mancung dan mungil.

Tubuh perempuan masih dianggap sebagai aset yang menentukan kelayakan seseorang untuk dapat diterima dalam lingkungan. Di negara barat, laki-laki masih memiliki peran yang dominan dalam membuat seorang perempuan harus merubah apa yang mereka miliki untuk menjadi pantas atau layak untuk diri mereka. Hal ini yang mendorong para perempuan di seluruh dunia untuk melakukan berbagai macam cara agar disukai oleh laki-laki. Baik itu diet ketat ataupun berbagai macam operasi untuk mengubah bentuk tubuh alami yang mereka miliki.

2.5 Perbedaan Konsep Cantik Korea dan Barat

Pada 2015, sebuah survei yang dilakukan oleh International Society of Aesthetic Plastic Surgeons menemukan bahwa Korea Selatan menjadi satu-satunya negara Asia Timur dengan tingkat operasi kosmetik tertinggi. Standar kecantikan Korea mengutamakan sosok langsing, wajah kecil, rahang berbentuk v, bibir kecil, alis lurus, kulit putih bersih, dan mata yang besar. Orang Korea menyukai kulit yang putih dan cerah. Terdapat persepsi bahwa mereka yang berkulit lebih gelap berasal dari keluarga yang lebih miskin karena kulit yang lebih gelap (atau kecokelatan) berarti mereka adalah pekerja yang bekerja keras di bawah sinar matahari sepanjang hari, sementara kulit yang lebih terang (atau putih) adalah tanda kelas atas. Tidak

pasti apakah persepsi masa lalu yang diskriminatif masih ada sampai saat ini, tetapi tidak dapat disangkal bahwa ribuan produk perawatan kulit dari Korea, seperti lembaran masker wajah dan krim menjanjikan konsumennya untuk mendapatkan kulit yang cerah.

Sedangkan untuk bagian mata, standar kecantikan yang berlaku yaitu *aegyo-sal*, yang merupakan istilah yang digunakan di Korea mengacu pada timbunan lemak kecil di bawah mata yang dikatakan dapat membuat penampilan seseorang menjadi tampak lebih muda. Tidak hanya itu saja, perempuan di Korea menganggap bahwa perempuan yang cantik merupakan perempuan yang memiliki mata yang besar dan memiliki lipatan. *Blepharoplasty* adalah operasi yang dilakukan untuk membuat kelopak mata ganda (membuat kelopak mata atas dengan lipatan). *Aegyo-sal* dan *blepharoplasty* membuat mata tampak lebih besar. Dalam hal tubuh, perempuan Korea dituntut untuk dapat memiliki tubuh yang sangat ramping dengan kaki panjang, pinggang ramping dan pinggul mungil. Untuk dapat mencapai hal tersebut, para perempuan rela untuk melakukan diet ketat serta mengatur pola makannya.

Konsep cantik menurut Barat tentunya berbeda dengan konsep cantik yang dianut oleh masyarakat Korea. Dalam hal wajah dan tubuh, kedua masyarakat memiliki pandangan yang sangat berbeda tentang seperti apa perempuan yang ideal itu seharusnya. Beberapa perbedaan meliputi ukuran tubuh, ukuran fitur wajah, dan warna kulit. Saat membahas ukuran tubuh, perempuan Barat lebih menginginkan pinggang yang ramping dengan

payudara dan bokong yang besar. Sedangkan di Korea, perempuan lebih menginginkan untuk memiliki pinggang ramping, pinggul tipis dan tubuh yang mungil.



Gambar 1. Perbedaan Konsep Cantik Korea dan Barat
(Sumber: pinterest.com)

Dalam hal wajah, perempuan Korea menginginkan wajah yang mungil dan tirus dengan kelopak mata ganda, serta rahang yang membentuk huruf v. Sementara di dunia Barat, para perempuannya lebih menginginkan hidung tipis, bibir yang tebal serta rahang yang tegas. Sedangkan untuk warna kulit, orang Korea menginginkan kulit putih yang hampir transparan dalam penampilan. Untuk mewujudkan warna kulit yang ideal tersebut, para perempuan Korea berlomba-lomba untuk menggunakan produk-produk pemutih kulit. Hal ini tentunya berbanding terbalik dengan konsep Barat yang saat ini perempuannya lebih memilih untuk memiliki kulit yang kecokelatan.

2.6 Perubahan Standar Cantik dari Masa ke Masa

Kriteria mengenai standar kecantikan yang berkembang di masyarakat dari masa ke masa mengalami pergeseran dan mengalami perubahan sesuai dengan *trend* yang berkembang pada masa tersebut. Hal ini tidak lepas dari peran budaya yang cukup berpengaruh terhadap pembentukan kriteria kecantikan tersebut (Melliana, 2006: 63). Contohnya pada Abad Pertengahan, dalam lukisan-lukisan klasik pada masa tersebut menggambarkan figur perempuan yang bertubuh subur dengan perut, lengan, serta wajah yang berisi. Dari banyak gambaran yang didapat tentang perempuan, baik dari lukisan maupun foto, dapat ditangkap kesan bahwa bentuk tubuh perempuan yang ideal pada masa itu adalah yang mampu mewakili citra kesuburan.

Tidak diketahui sejak kapan bentuk tubuh perempuan yang gemuk ini menjadi sosok ideal. Yang jelas, para ahli purbakala banyak menemukan figur patung atau relief yang menggambarkan sosok perempuan bertubuh gemuk dan subur. Bahkan, sebuah patung bernama *Venus of Willendorf* seolah-olah mencitrakan bahwa Dewi Venus yang banyak dipuja sebagai simbol kecantikan pun bertubuh sangat gemuk.



Gambar 2. Venus of Willendorf
(Sumber: shemightbe.co.uk)

Berakhirnya Perang Dunia II pada 1950-an, membawa perubahan kehidupan bagi kaum perempuan. Dalam masa tersebut, para perempuan lebih disibukkan dengan urusan rumah tangga. Oleh karena itu, pada 1950-an para perempuan cenderung kelebihan berat badan (*overweight*). Pada saat itu juga, aktris Marilyn Monroe yang memiliki berat badan 67 kg dan tinggi 163 cm dijadikan sebagai simbol seks. Bentuk tubuhnya yang montok dengan payudara penuh dan pinggul besar menjadi inspirasi para perempuan. Lekuk tubuh Marilyn dianggap sangat feminin dan memiliki daya magis yang kuat. Pada masa itu, kaum perempuan tidak perlu tersiksa oleh diet ketat dengan korset dan bebas menunjukkan lemaknya tanpa khawatir akan komentar orang.



Gambar 3. Marilyn Monroe
(Sumber: biwmagazine.com)

Pada era 1960-an, tubuh kurus justru menjadi simbol kecantikan, ditunjang dengan *trend fashion* saat itu berupa rok mini yang memperlihatkan sepasang tungkai panjang dan kurus. Citra tubuh ideal perempuan bertubuh subur mulai tergusur seiring dengan munculnya industri media dan

periklanan. Pada masa tersebut, media massa banyak menampilkan figur perempuan yang langsing, contohnya kehadiran model asal Inggris bernama Twiggy yang bertolak belakang dengan citra perempuan subur. Twiggy yang memiliki tinggi 170-an cm dengan berat hanya 49 kg mampu mengubah citra bentuk tubuh perempuan, dan perempuan di berbagai belahan dunia yang terhubung dengan industri media telah menjadikannya idealisasi bentuk tubuh perempuan.



Gambar 4. Twiggy
(Sumber: worcesternews.co.uk)

Selain dijadikan sebagai simbol kecantikan, bentuk tubuh Twiggy disebut sebagai inovasi British, yang juga dianggap sebagai simbol pemberontakan perempuan. Di era sebelumnya, perempuan bertubuh gemuk dikatakan subur secara seksual. Oleh karena itu, para perempuan pada masa tersebut ingin membuktikan bahwa mereka bukanlah sekadar alat reproduksi. Di satu sisi, Twiggy dianggap dapat membawa perubahan kebebasan bagi perempuan dengan pembawaannya yang merdeka, profesional, dan mandiri secara ekonomi. Namun, di sisi lain, kebebasan tersebut datang dengan

suatu standar ukuran tubuh yang sebenarnya tidak realistis bagi perempuan normal.

Bentuk tubuh yang kurus masih menjadi *trend* hingga tahun 1980-an. Para perempuan rela untuk melakukan diet agar memiliki tubuh yang kurus. Berbagai artikel dan buku yang membahas bermacam cara diet laris terjual di pasaran. Namun, langsing di era ini berbeda dengan *trend* kurus kering pada tahun sebelumnya. Di era 1980-an, tubuh langsing tapi atletis, tidak berlemak, dan berpayudara kecil yang menjadi *trend*. Pada masa ini juga, Madonna dianggap sebagai ikon kecantikan karena memiliki kulit yang halus dan mengenakan riasan yang tebal.

Pada masa 1990-an, para perempuan dapat dengan mudah merubah bentuk fisiknya dikarenakan munculnya penemuan baru di bidang teknologi kosmetika. Pengelupasan kulit (*acid peels*), sedot lemak (*liposuction*), injeksi kolagen, dan penanaman payudara (*breast implant*) adalah beberapa contoh keberhasilan teknologi kosmetika yang membuat tubuh perempuan berubah dari alamiah menjadi buatan. Teknologi kosmetika tersebut banyak merubah bentuk tubuh perempuan sehingga terbentuklah konsep cantik pada masa ini yaitu perempuan yang memiliki tubuh yang kurus dan berpayudara penuh. Sedangkan *trend* kecantikan yang berkembang dari tahun 2000-an hingga saat ini yaitu perempuan yang memiliki badan tinggi dan langsing, berkulit putih, mata yang besar, hidung mancung dan juga bentuk muka yang kecil membentuk garis *V-Line* pada dagu layaknya Miss World.

2.7 Hegemoni Media dalam Pembentukan Standar Cantik

Hegemoni menurut Gramsci ditandai dengan adanya dominasi dari suatu kelompok yang bertujuan membuat kelompok yang ada dibawahnya menerima pandangan-pandangan atau pemikiran dari suatu kelompok elit. Hegemoni terjadi apabila cara hidup, cara berfikir dan pandangan masyarakat bawah sudah meniru dan menerima cara berfikir dari gaya hidup dari kelompok yang menghegemoni, mendominasi dan mengeksploitasi mereka. Dalam hal ini tentunya ada alat atau perangkat hegemoni yang berperan dan juga tujuan yang harus dicapai. Di zaman informasi sekarang ini, media memainkan peranan dalam mengkonstruksi pemikiran seseorang, mulai dari menyajikan informasi sampai dengan membentuk gaya hidup.

Saat ini, masyarakat terus diterpa oleh citraan perempuan ideal yang dikonstruksi melalui media. Citra ideal seperti bagaimana seorang perempuan harus tetap tampil mempesona di ruang publik adalah tema sentral iklan media populer dan terutama media perempuan akhir-akhir ini. Proses hegemoni ini berlangsung pada iklan-iklan produk kecantikan seperti shampo, perawatan kulit dan produk perawatan bentuk tubuh. Hampir semua model iklan yang ada di produk tersebut adalah perempuan berambut lurus, berkulit putih dan tentunya langsing. Media melakukan yang disebut yakni pengulangan dan pemunculan suatu hal secara terus menerus seolah-olah itu merupakan sebuah kenyataan. Akhirnya, terjadilah pengendapan kesadaran pada masing-masing orang tentang sebuah makna yang disebut cantik.

Sobur (2009: 88) mengatakan bahwa media mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Media selalu menampilkan standar perempuan cantik pada masyarakat melalui penampilan seorang model. Representasi perempuan yang cantik yang disajikan oleh media secara tidak langsung memberikan persepsi pada masyarakat bahwa penampilan fisik menjadi hal yang penting. Hal ini membuat masyarakat perlu mengikuti sosok ideal yang ditampilkan oleh media. Representasi yang dilakukan oleh media mengenai sosok perempuan yang cantik ini diterapkan dalam pergaulan masyarakat, dimana penampilan fisik seorang perempuan menjadi acuannya.

Media secara tidak langsung memunculkan patokan standar kecantikan yang merupakan alat produksi utama untuk mendukung industri kapitalis. Media seperti majalah wanita yang memunculkan ikon-ikon model dengan maksud memberi standar kecantikan terhadap pembaca, dan berbagai media lain yang memunculkan hal serupa. Melalui standarisasi perempuan ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan diri bagi kaum perempuan, sebab mereka merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan yang telah dibuat oleh kelompok kapitalis. Ketidakpuasan perempuan akan bentuk tubuhnya sendiri berpengaruh terhadap perkembangan industri-industri kecantikan yang mana dapat meyakinkan para pihak perempuan bahwa tanpa produk tersebut, ia tidak akan diinginkan.

2.8 LINE Webtoon

Seiring berkembangnya teknologi, komik yang pada awalnya berbentuk buku perlahan-lahan mulai berubah bentuk menjadi digital. Webtoon menjadi salah satu komik digital yang dapat diakses melalui jaringan internet. Dalam webtoon, banyak sekali cerita yang diangkat berdasarkan masalah sosial yang ada di masyarakat, salah satunya yaitu mengenai masalah kecantikan yang menjadi prioritas utama bagi perempuan. Webtoon juga bisa disebut sebagai *web comic*, atau merupakan gabungan dari *website* dan *toon* yang diambil dari kata *cartoon*. Webtoon disajikan dalam satu halaman panjang yang dapat digeser ke bawah untuk setiap strip komik. Sajiannya juga cenderung berwarna, bahkan disertai efek multimedia berupa cahaya, suara dan gerak.

Webtoon pertama kali berkembang di Korea Selatan sekitar akhir tahun 1900an. Era webtoon di Korea dimulai saat menurunnya minat generasi muda untuk membaca komik tradisional (Qura, 2017: 25). Perusahaan yang pertama mengembangkan *website* webtoon yaitu NAVER. NAVER merupakan situs pencarian terkenal di Korea yang mirip dengan google yang diluncurkan pada bulan Juni tahun 1999 oleh mantan karyawan Samsung bernama Lee Hae Jin. Hingga pada suatu saat NAVER membuat aplikasi LINE *messenger* sebagai aplikasi *messenger* wajib di Jepang. Produknya yaitu portal NAVER, Hangame, dan LINE. Sedangkan LINE sendiri sudah punya banyak bisnis lain termasuk Webtoon.

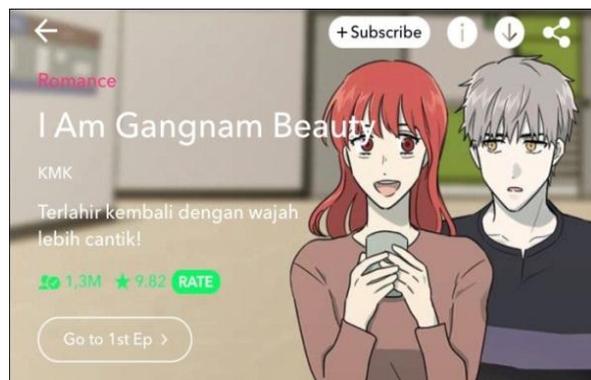
Pada tahun 2014, LINE meluncurkan layanan terbaru yang dinamakan LINE Webtoon yang saat ini sudah berkembang menjadi *platform* webtoon terbesar di Korea dengan pengguna yang mencapai lebih dari 6,2 juta tiap harinya. Layanan LINE Webtoon terjemahan yang gratis ini membawa webtoon menjadi sebuah bagian dari *Korean Wave* yang mendunia. Line Webtoon adalah komik *online* berbasis *web* yang menyediakan komik secara gratis serta dapat dinikmati setiap orang dalam 5 bahasa terjemahan, yaitu bahasa Korea, Jepang, Thailand, Inggris, dan Indonesia.

LINE Webtoon masuk ke Indonesia pada tahun 2015. LINE menyebutkan *Official Account* LINE Webtoon (@idWebtoon) mendapatkan dua juta pengikut hanya dua minggu berselang sejak pertama kali dikenalkan. Aplikasi Webtoon memungkinkan penikmat komik dan kartun untuk membaca berbagai genre komik karya komikus dari berbagai belahan dunia secara gratis (<https://www.antaranews.com/berita/495706/line-hadirkan-webtoon-platform-digital-bagi-pecinta-komik> diakses pada 31 Juli 2019 pukul 18.30 WIB).

Para pengguna Line Webtoon juga dapat mengunduh konten dan menerima notifikasi kapan seri terbaru akan dirilis atau tersedia. Salah satu fitur terbaik dari Line Webtoon adalah semua komik yang tersedia didalamnya dapat di download secara gratis. Sehingga konsumen dapat membaca komik favoritnya tanpa perlu tersambung layanan internet dimanapun dan kapanpun.

2.8.1 Webtoon *I am Gangnam Beauty*

Perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini sudah sangat cepat dan lebih mudah untuk diakses. Hal ini membuat berbagai macam perubahan pada pandangan masyarakat, salah satunya yaitu mengenai kecantikan. Saat ini, representasi mengenai perempuan yang cantik tersebut dapat dilihat melalui iklan, film, majalah, maupun di dalam komik. Dibandingkan dengan media yang lain, komik memiliki kekhasan sendiri yaitu konsep cerita yang disajikannya melalui gambar serta tulisan sebagai pendukung.



Gambar 5. Halaman Depan Webtoon *I am Gangnam Beauty*
(Sumber: webtoons.com)

Webtoon berjudul *I am Gangnam Beauty* menjadi salah satu webtoon yang membahas masalah mengenai kecantikan. Webtoon ini menceritakan tentang kehidupan wanita yang melakukan operasi plastik untuk dapat tampil cantik dan diterima dalam masyarakat. Sebelum melakukan tindakan operasi plastik, Kang Mi Rae yang merupakan tokoh utama selalu mendapat ejekan dari lingkungan sekitarnya bahkan tidak ada orang yang ingin berteman dengannya. Semua ejekan yang ia terima membuatnya depresi dan mengambil langkah untuk melakukan

operasi plastik. Namun, setelah ia memiliki wajah yang cantik ia tetap mendapat ejekan dari orang-orang sekitarnya karena melakukan operasi plastik sampai ia dijuluki sebagai monster plastik.

Dalam webtoon tersebut juga terdapat salah satu tokoh perempuan yang memiliki wajah cantik dan sempurna. Memiliki wajah yang cantik dan sempurna tentunya membuat perempuan tersebut dapat lebih mudah diterima dan bergaul dengan lingkungannya. Dalam hal ini, tentunya kecantikan menjadi suatu alat serta kelebihan tersendiri bagi seorang perempuan agar disukai oleh banyak orang.

2.9 Tinjauan Tentang Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti "tanda" atau *sign* dalam bahasa Inggris ini adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda yang menjadi segala bentuk komunikasi yang mempunyai makna antara lain: kata (bahasa), ekspresi wajah, isyarat tubuh, film, *sign*, serta karya sastra yang mencakup musik ataupun hasil kebudayaan dari manusia itu sendiri. Tanpa adanya sistem tanda seorang tidak akan dapat berkomunikasi dengan satu sama lain (Sobur, 2006: 12).

Sobur (2006: 15) mendefinisikan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisa untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) dalam memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu tidak hanya membawa informasi, dalam hal

mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonsitusi sistem terstruktur dari tanda.

Dalam perkembangannya, semiotik kini dijadikan perangkat teori yang mengkaji kebudayaan manusia. Dengan didasari teori tanda De Saussure, Barthes menggunakan teori itu untuk menjelaskan bagaimana kehidupan masyarakat yang didominasi oleh konotasi. Konotasi yang merupakan perluasan dari petanda jika sudah mengakar di suatu masyarakat akan menjadi mitos. Mitos seringkali ditanggapi oleh masyarakat menjadi hal yang wajar padahal mitos tersebut merupakan hasil dari konotasi yang sudah melekat di masyarakat. Dengan menggunakan semiotik sebagai perangkat untuk memahami kebudayaan, kita melihat kebudayaan sebagai suatu sistem tanda yang berkaitan satu sama lain dengan memahami makna yang ada di dalamnya.

Danesi dan Perron yang merupakan tokoh semiotika menghubungkan kebudayaan dengan penggunaan tanda untuk berpikir, merencanakan, dan menegosiasikan makna secara bersama-sama. Hal itu berarti bahwa kebudayaan bukan sekedar semiosis, yaitu kapasitas neurobiologis yang memungkinkan produksi dan pemahaman tanda dari isyarat (*signal*) psikologis yang sederhana menuju simbol yang semakin kompleks, ataupun representasi, yaitu penggunaan tanda secara sengaja untuk menyelidiki, mengklasifikasi, dan mengetahui dunia. Bagi mereka, kebudayaan adalah sistem yang terdiri atas makna-makna yang dimiliki bersama (*shared meanings*) yang didasarkan atas *signifying order*, yaitu sistem kompleks

yang terdiri dari beragam tipe tanda yang didapat bergabung satu sama lain dengan cara yang dapat diprediksi menjadi sistem representasi yang dapat digunakan individu atau kelompok untuk membuat ataupun saling bertukar pesan (Danesi dan Perron, 1999: 67).

Danesi dan Peron juga menyebut manusia sebagai *homo culturalis* yaitu sebagai makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang ditemukannya. Manusia mencari makna dengan melihat sejarah. Danesi dan Peron mengatakan bahwa *the signifying order* sebagai *interconnection of signs, codes and text that makes up a culture*. Menurut mereka, kebudayaan dari segi semiotik berarti *interconnected system of daily living that is held together by the signifying order (sign, codes, text)*. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kebudayaan merupakan sistem kehidupan sehari-hari yang saling terkait yang mana disatukan dan dibentuk oleh sebuah tanda, kode, maupun teks (https://www.academia.edu/32371543/Kebudayaan_Sebagai_Tanda diakses pada 08 Mei 2019 pukul 13.45 WIB).

Hubungan antara semiotik dan kebudayaan juga dapat dikatakan bahwa semiotik melihat suatu fenomena budaya sebagai suatu tanda yang memiliki makna. Terdapat proses semiosis ketika kita melihat fenomena budaya dengan memaknai fenomena, kehidupan, dan aktifitas sosial budaya dalam masyarakat. Pemaknaan budaya melalui semiotik dapat berbeda-beda pada tiap individu karena dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan latar belakang individu itu sendiri terhadap “tanda”.

2.10 Semiotika Roland Barthes

Sebagaimana pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat arbiter. Bila Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, maka Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antar teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya (Kriyantono, 2007: 268). Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*". Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu "mitos" yang menandai suatu masyarakat.

Barthes membahas sistem pemaknaan tataran kedua yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Menurut Barthes, sistem kedua ini disebut sebagai konotatif, yang secara tegas dibedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan petanda (*staggered system*) yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu denotasi dan konotasi (Piliang, 2004: 94).

Dari peta Barthes terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian

tanda denotatif yang melandasi keberadannya. Dibukanya pemaknaan konotatif ini memungkinkan pembicaraan tentang metafora dan gaya kiasan lainnya yang hanya bermakna apabila dipahami pada tataran konotatif.

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative Sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 6. Peta Tanda Roland Barthes

(Sumber: reseau-associations.com)

Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas.

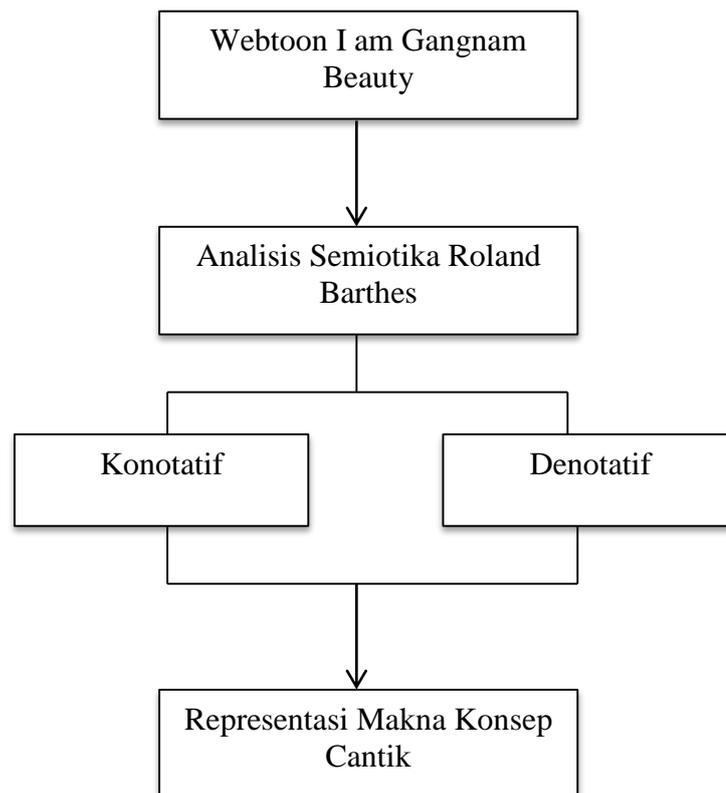
Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai 'mitos' dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam satu periode tertentu. Mitos merupakan pemberian makna terhadap suatu tanda yang dihubungkan dengan nilai-nilai sosial atau dengan nilai-nilai kebudayaan dalam masyarakat. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda, dan tanda. Namun, sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos juga suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2009 : 71).

2.11 Kerangka Pemikiran

Judul penelitian ini adalah “Representasi Cantik dalam Webtoon *I am Gangnam Beauty* (Analisis Semiotika). Objek utama dari webtoon ini adalah tokoh perempuan yang cantik sempurna dan cantik karena operasi plastik. Untuk mengetahui pesan apa saja yang disampaikan dalam webtoon tersebut, maka peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes dengan signifikasi dua tahap sebagai metode analisis data untuk mengetahui makna kecantikan yang terkandung dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*. Dimana pada tahap pertama yaitu denotasi yang merupakan hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Kemudian pada tahap kedua yaitu konotasi yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan dan emosi dari pembaca

serta nilai-nilai dari suatu kebudayaan. Berikut ini akan disajikan kerangka penelitian yang menjelaskan proses penelitian tersebut.



Gambar 7. Bagan Kerangka Pikir
(Sumber: diolah oleh Peneliti, 2019)

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan metode penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari sesuatu yang diamati. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Basrowi, 2008: 1) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Data yang didapat dalam penelitian ini berupa data deskriptif yang digunakan untuk mengetahui tentang makna cantik yang terdapat dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*. Karena menggunakan metode semiotika, maka peneliti mengedepankan interpretasi dan analisis bersifat kualitatif. Metode semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif (*interpretation*), yaitu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan kode (*decoding*) dibalik tanda dan teks tersebut (Piliang, 2011: 313).

3.2 Fokus Penelitian

Agar penelitian tidak meluas, peneliti merasa perlu menentukan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian adalah penggambaran perempuan cantik yang ditampilkan dalam webtoon *I am Gangnam Beauty* yang dianalisis menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Untuk itu, penulis akan memilih 5 potongan cerita pada webtoon *I am Gangnam Beauty* untuk dianalisis makna cantiknya.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis semiotika Roland Barthes dengan mengidentifikasi makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*. Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan pertanda (*staggered system*) yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu denotasi dan konotasi (Piliang, 2004: 94).

Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Sedangkan konotasi merupakan tataran kedua yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan dan emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari suatu kebudayaan.

Ada tiga masalah yang diulas dalam analisis semiotika yaitu masalah makna (*the problem of meaning*) terkait bagaimana orang memahami pesan dan

informasi apa yang dikandung dalam struktur sebuah pesan. Kemudian masalah tindakan (*the problem of action*) atau pengetahuan bagaimana memperoleh sesuatu melalui pembicaraan, dan terakhir yaitu masalah koherensi (*problem of coherence*) yang menggambarkan bagaimana membentuk sebuah pola pembicaraan yang masuk akal (*logic*) dan dapat dimengerti (*sensible*).

Pada dasarnya, penjelajahan semiotik sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan ini, dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotik, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda-tanda. Hal itu dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri (Sobur, 2006: 127).

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam sebuah penelitian merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Dalam penelitian ini, sumber data yang dijadikan bahan referensi atau acuan adalah:

a. Data Primer

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah webtoon *I am Gangnam Beauty* yang terdapat pada halaman *web webtoons.com* atau aplikasi LINE Webtoon dengan menganalisis makna cantik yang terkandung dalam webtoon tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari studi kepustakaan berupa buku-buku, jurnal ilmiah, skripsi serta artikel yang berkaitan dengan objek penelitian sehingga dapat mendukung penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya ilmiahnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berbentuk tulisan, film, gambar, foto atau karya-karya monumental dari seseorang dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan cara menyeleksi serta memilih 5 potongan cerita yang ada dalam webtoon *I am Gangnam Beauty* yang sesuai dengan fokus dalam penelitian ini yaitu mengenai representasi konsep cantik. Potongan-potongan cerita yang dipilih dan dianalisis dalam webtoon ini yaitu potongan cerita pada episode 1, potongan cerita pada episode 2, potongan cerita pada episode 25, potongan cerita pada episode 31, dan potongan cerita pada episode 56.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan melengkapi dan membaca *literature* sebagai bahan dan panduan penulis dalam mengkaji penelitian. Bahan tersebut dijadikan sebagai referensi bagi penulis dalam mengidentifikasi

dan mendeskripsikan masalah penelitian. Data-data tersebut didapat dari berbagai sumber informasi yang tersedia seperti buku dan internet.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada prinsipnya analisis data kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Miles dan Huberman (dalam Basrowi, 2008: 209) mengemukakan teknik analisis data yang dilakukan mencakup tiga kegiatan yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan yang dimaksudkan untuk lebih mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan serta lebih memfokuskan pada hal-hal penting terkait dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, reduksi data dilakukan dengan cara memilih serta menyeleksi beberapa gambar yang terdapat dalam webtoon *I am Gangnam Beauty* yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu mengenai penggambaran perempuan cantik. Gambar-gambar atau panel yang dipilih tersebut kemudian disatukan sehingga membentuk sebuah potongan cerita. Dalam penelitian ini, terdapat 5 potongan cerita yang dipilih dan dianalisis maknanya, antara lain yaitu:

- ❖ Potongan cerita pada episode 1 yang berjudul “Mulai Hari Ini Cantik” yang terdiri dari satu panel.
- ❖ Potongan cerita pada episode 2 yang berjudul “Cantik Daridulu” yang terdiri dari satu panel.

- ❖ Potongan cerita pada episode 25 yang berjudul “Komite Siswa” yang terdiri dari empat panel.
- ❖ Potongan cerita pada episode 31 yang berjudul “Bunga (Bagian Awal)” yang terdiri dari tiga panel.
- ❖ Potongan cerita pada episode 56 yang berjudul “Penyamaran” yang terdiri dari lima panel.

2. Penyajian data

Pada tahap ini, data yang sudah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dengan memfokuskan pada makna denotasi serta konotasi. Analisa akan dipusatkan pada makna konotasi yaitu bagaimana ia digambarkan, pemilihan objek, kata-kata, latar belakang serta elemen lainnya. Selanjutnya melakukan analisis pada level mitos, melihat apakah komik menyiratkan adanya pengaruh mitos (cara berpikir) atau ideologi tertentu berkaitan dengan cara pandang media terhadap tema yang diangkat. Pada penelitian ini, data-data yang telah dipilih dan dianalisa tersebut disajikan dalam bentuk potongan beberapa gambar serta analisa dalam bentuk kalimat deskriptif. Data-data tersebut antara lain, yaitu:

- ❖ Potongan cerita pada episode 1 yang berjudul “Mulai Hari Ini Cantik” terdiri dari 1 panel serta hasil analisisnya yang terdapat pada halaman 64 sampai 69. Dalam hal ini, hasil analisa yang dilakukan meliputi deskripsi konteks cerita, makna denotasi, makna konotasi, serta gambar pendukung sebagai bentuk perbandingan terhadap hasil analisa yang telah dilakukan.

- ❖ Potongan cerita pada episode 2 yang berjudul “Cantik Daridulu” terdiri dari satu panel serta hasil analisisnya yang terdapat pada halaman 69 sampai 75. Dalam hal ini, hasil analisa yang dilakukan meliputi deskripsi konteks cerita, makna denotasi, makna konotasi, serta data pendukung dalam bentuk gambar sebagai perbandingan serta menguatkan hasil analisa yang telah penulis lakukan.
- ❖ Potongan cerita pada episode 25 yang berjudul “Komite Siswa” terdiri dari empat panel serta hasil analisisnya yang terdapat pada halaman 75 sampai 82. Dalam hal ini, hasil analisa yang dilakukan meliputi deskripsi konteks cerita, makna denotasi, makna konotasi, serta pendapat ahli yang dapat mendukung hasil analisa.
- ❖ Potongan cerita pada episode 31 yang berjudul “Bunga (Bagian Awal)” terdiri dari tiga panel serta hasil analisisnya yang terdapat pada halaman 82 sampai 89. Dalam hal ini, hasil analisa yang dilakukan meliputi deskripsi konteks cerita, makna denotasi, makna konotasi, serta data mengenai peningkatan jenis perawatan kecantikan yang mendukung hasil analisa yang telah penulis paparkan.
- ❖ Potongan cerita pada episode 56 yang berjudul “Penyamaran” terdiri dari lima panel serta hasil analisisnya yang terdapat pada halaman 89 sampai 96. Dalam hal ini, hasil analisa yang dilakukan meliputi deskripsi konteks cerita, makna denotasi, makna konotasi, serta data pendukung berupa gambar sebagai bentuk perbandingan terhadap hasil analisa yang telah dilakukan.

3. Menarik kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan bagaimana representasi konsep perempuan cantik yang ditampilkan dalam webtoon *I am Gangnam Beauty* berdasarkan metode analisis semiotika Roland Bathes.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan salah satu teknik yang penting dalam menentukan validitas data yang diperoleh dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan teknik keabsahan data yang dilakukan dengan membandingkan data hasil analisis dengan data yang berkaitan dengan sumber penelitian yang terdapat dalam buku, skripsi, arsip, jurnal, serta sumber *literature* lain. Pada penelitian ini, triangulasi sumber data dilakukan dengan cara membandingkan hasil analisa milik penulis mengenai representasi konsep cantik dengan hasil analisa milik orang lain dengan fokus bahasan yang sama yang terdapat dalam skripsi, jurnal, maupun buku.

IV. GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Webtoon

Webtoon pertama kali dirilis oleh Perusahaan Naver dari Korea Selatan pada 23 Juni 2004 dengan nama Naver Webtoon. Perilisan webtoon merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan oleh industri komik di Korea Selatan pada akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000-an dikarenakan menurunnya minat baca komik orang Korea. Pada awalnya, Jun Koo Kim selaku pembuat webtoon kesulitan untuk menemukan kreator komik untuk webtoon di karenakan bentuknya yang berbeda dengan komik pada umumnya, namun pada akhirnya kreator komik di Korea Selatan bersedia melakukan perubahan untuk industri komik yang sedang terpuruk.

Webtoon mulai dirilis secara global pada 2 Juli 2015 dan berubah nama menjadi LINE Webtoon. Pada tahun 2015, NAVER sebagai perusahaan yang menaungi Webtoon mengadakan berbagai acara seperti pertemuan penandatanganan artis, mendirikan stan Webtoon di *International Comic Festival* di Guangzhou, China dan juga menjalin kerja sama dengan Stan Lee, salah satu tokoh penulis komik yang berpengaruh di Amerika Serikat. Langkah ini dilakukan guna membuat webtoon dapat dikenal secara global. Saat ini, LINE Webtoon tersedia dalam berbagai bahasa antara lain bahasa Inggris, China, Korea, Thailand dan Indonesia.

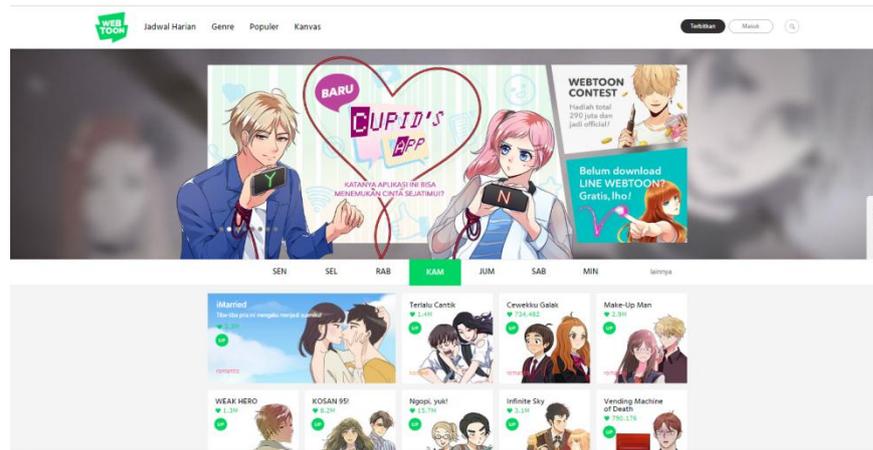


Gambar 8. Logo Line Webtoon
(Sumber: Pinterest.com)

LINE Webtoon masuk ke Indonesia pada tahun 2015. LINE menyebutkan melalui *Official Account* LINE Webtoon (@idWebtoon) mendapatkan dua juta pengikut hanya dua minggu berselang sejak pertama kali dikenalkan. Aplikasi Webtoon memungkinkan penikmat komik dan kartun untuk membaca berbagai genre komik karya komikus dari berbagai belahan dunia secara gratis. Pada tahun 2016 secara global pengguna aktif LINE Webtoon terdapat sebanyak 35 juta orang dan 6 juta di antaranya berasal dari Indonesia (<https://hot.detik.com/art/3274551/pembaca-line-webtoon-indonesia-terbesar-di-dunia> diakses pada 02 Februari 2019 pukul 10.00 WIB).

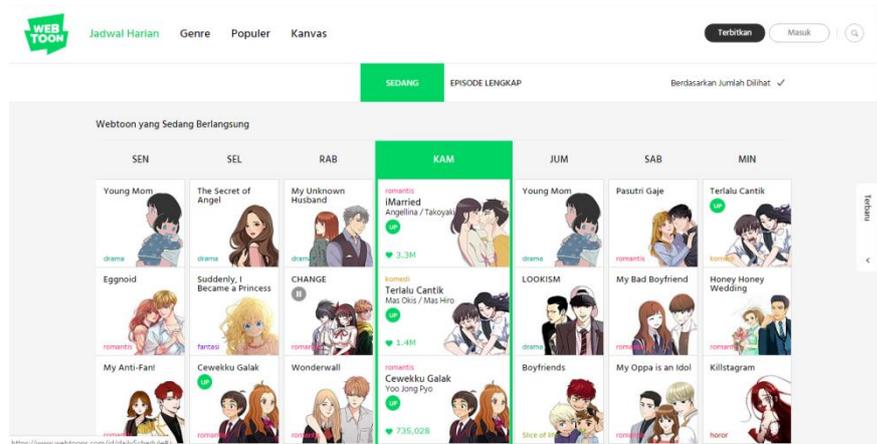
4.2 Fitur-fitur Webtoon

Fungsi dasar webtoon sendiri yaitu menyediakan layanan konten komik yang dapat dibaca secara gratis oleh penggunanya. Dengan adanya webtoon, pembaca tidak perlu lagi mengunduh komik yang berbentuk *e-book* karena pembaca dapat membaca komik-komik yang sudah tersedia di webtoon secara langsung dengan menggunakan jaringan internet. Tidak hanya itu, webtoon juga mempunyai fitur-fitur yang dapat mempermudah penggunanya dalam mengakses komik yang tersedia, antara lain:



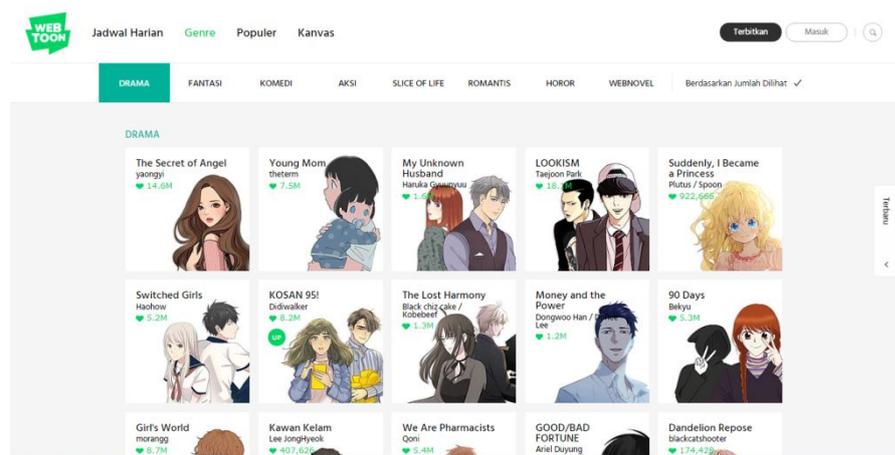
Gambar 9. Halaman Depan Line Webtoon
(Sumber: webtoons.com)

1. Jadwal Harian: fitur ini menampilkan komik-komik yang terbit setiap harinya sehingga dapat memudahkan pembaca untuk selalu mengikuti perkembangan cerita dari komik-komik yang tersedia dalam webtoon.



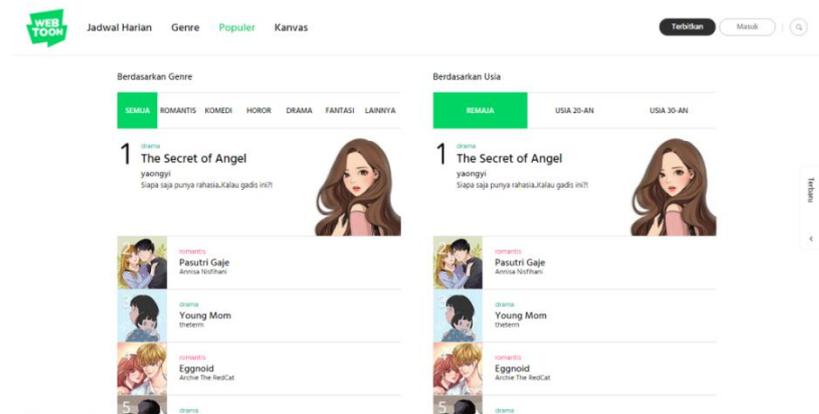
Gambar 10. Fitur Jadwal Harian
(Sumber: webtoons.com)

2. Genre: fitur dalam genre menampilkan komik-komik yang diklasifikasikan berdasarkan 7 jenis genre, yaitu drama, fantasi, komedi, *slice of life*, romantis, *thriller*, dan horor. Dengan adanya fitur genre dapat memudahkan pembaca untuk memilih komik sesuai dengan genre favoritnya.



Gambar 11. Fitur Genre
(Sumber: webtoons.com)

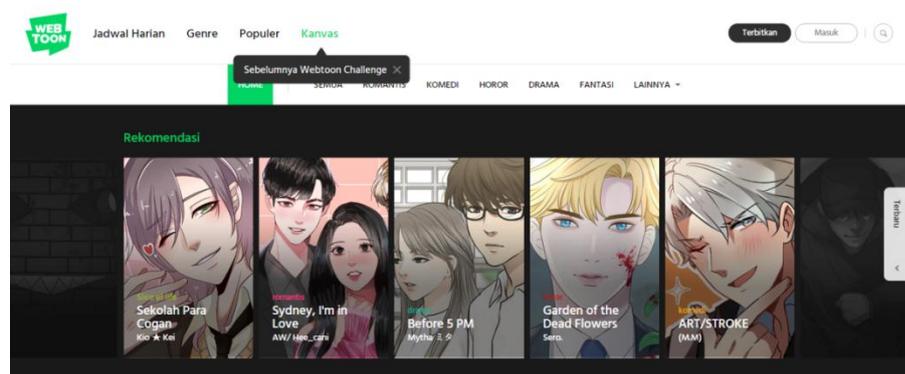
3. Populer: fitur ini menampilkan 10 komik paling populer yang di bagi dalam 2 kategori, yaitu terpopuler berdasarkan genre dan terpopuler berdasarkan usia. Dalam kategori terpopuler berdasarkan genre terdapat 7 kategori komik terpopuler, yaitu terpopuler berdasarkan semua genre, terpopuler berdasarkan genre romantis, terpopuler berdasarkan genre komedi, terpopuler berdasarkan genre horor, terpopuler berdasarkan genre drama, terpopuler berdasarkan genre fantasi dan terpopuler berdasarkan genre lainnya. Sedangkan untuk terpopuler berdasarkan usia, webtoons.com membagi 3 kategori usia, yaitu usia remaja, usia 20 tahunan dan usia 30 tahun-an. Dengan adanya fitur populer ini selain dapat memudahkan pembaca dalam memilih komik berdasarkan komik yang terpopuler juga sangat bermanfaat bagi kreator-kektor komik untuk memonitor perkembangan komik mereka lewat fitur populer.



Gambar 12. Fitur Populer
(Sumber: webtoons.com)

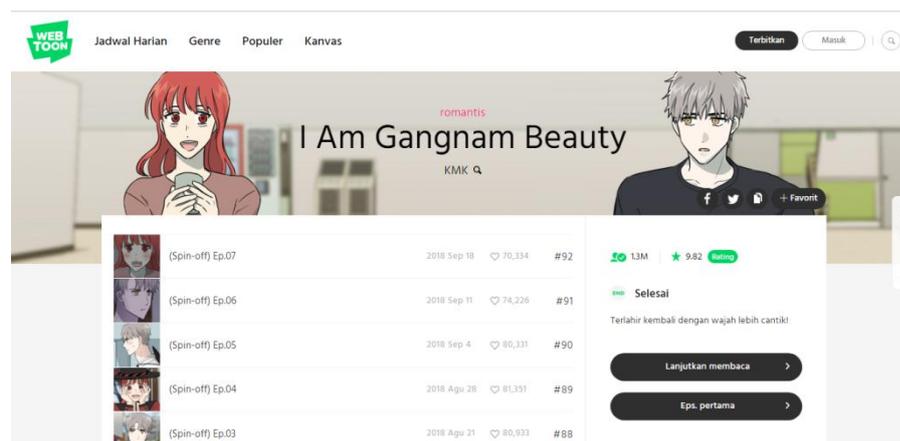
Menurut halaman webtoons.com, untuk dapat masuk pada daftar populer dilihat dari trafik (tingkat kunjungan) pada komik, dan berapa banyak *likes*, komentar, *subscribers*, dan *rating* yang didapat. Selain itu, peneliti juga menemukan dari forum Tapas dimana para kreator komik di webtoon berdiskusi bahwa untuk mempertahankan urutan dalam daftar populer mereka harus rutin menerbitkan komik dengan kualitas yang sama bagus setiap minggunya (<https://forums.tapas.io/t/webtoons-messed-uppopularity-algorithm/24122/5> diakses 29 Agustus 2019 pukul 14.30 WIB).

4. Kanvas: fitur ini merupakan fitur yang memungkinkan semua orang untuk menerbitkan komik secara *online* untuk muncul di webtoons.com, agar dapat dinikmati oleh para pembaca webtoon di seluruh dunia. Selain itu, komikus yang menerbitkan komiknya di webtoon kanvas dapat berkesempatan menjadi komikus tetap di webtoons.com.



Gambar 13. Fitur Kanvas
(Sumber: webtoons.com)

Selain fitur-fitur tersebut, webtoons.com juga mempunyai fitur lainnya yang terdapat pada halaman utama setiap komik, fitur-fitur tersebut antara lain:



Gambar 14. Halaman Utama Komik
(Sumber: webtoons.com)

1. Informasi Penulis : fitur informasi penulis menampilkan nama, informasi tentang penulis komik tersebut, dan juga komik-komik lainnya yang pernah penulis tersebut buat di webtoons.com. Informasi penulis dibuat langsung oleh penulis komik tersebut dan informasi yang dimuat disesuaikan dengan selera penulis komik.



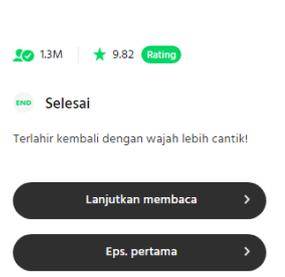
Gambar 15. Nama Penulis Webtoon I am Gangnam Beauty
(Sumber: webtoons.com)

2. *Share* dan *Favorit* : *share* merupakan fitur yang dapat digunakan untuk membagikan webtoon tersebut ke sosial media seperti Facebook, Twitter, ataupun membagikan *link* ke sosial media lainnya. Sedangkan fitur *favorit* digunakan agar pembaca dapat berlangganan dan mendapat pemberitahuan ketika terdapat episode baru dalam komik tersebut.



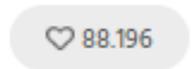
Gambar 16. Fitur *Share* dan *Favorit*
(Sumber: webtoons.com)

3. *Informasi Komik*: merupakan fitur yang menampilkan informasi tentang komik tersebut, yang terdiri dari berapa banyak orang yang menyukai komik tersebut, *rating* dari pembaca yang mempunyai nilai tertinggi 10, jadwal komik diperbarui dan juga sinopsis komik. Fitur ini sangat membantu penulis komik untuk mengetahui perkembangan komik mereka.

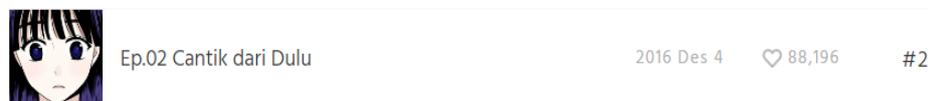


Gambar 17. Informasi Komik
(Sumber: webtoons.com)

4. *Love* atau Suka: merupakan fitur yang ada pada setiap episode komik, fitur ini menunjukkan berapa banyak pembaca yang menyukai episode tersebut. Fitur ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi penulis komik untuk membuat episode selanjutnya.

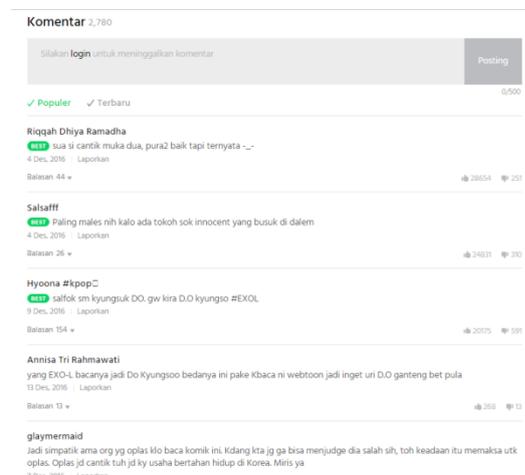


Gambar 18. Fitur *Love* atau Suka
(Sumber: webtoons.com)



Gambar 19. Jumlah *Love* Setiap Episode
(Sumber: webtoons.com)

5. *Komentar*: merupakan fitur yang memungkinkan pembaca saling berinteraksi dengan satu sama lain. Pembaca diberikan batas 500 karakter untuk berkomentar dan juga dapat menjawab komentar pembaca lainnya. Fitur komentar dapat berguna bagi penulis komik untuk melihat harapan-harapan pembaca bagaimana kelanjutan cerita dari komik mereka, atau bisa juga sebagai motivasi yang didapatkan dari para pembaca.



Gambar 20. Fitur Komentar Pada Setiap Episode
(Sumber: webtoons.com)

4.3 Webtoon *I am Gangnam Beauty*

Webtoon berjudul *I am Gangnam Beauty* yang ditulis oleh komikus Korea Selatan bernama Gi Maeng Gi merupakan salah satu webtoon bergenre romantis yang populer di kalangan pembaca webtoon. *I am Gangnam Beauty* sendiri sudah mulai terbit sejak 4 Desember 2016 dan tamat pada 18 September 2018 dengan total 80 episode dan 11 episode cerita tambahan. Menurut halaman webtoon, *I am Gangnam Beauty* sudah memiliki 1,3 juta pembaca yang mem-favoritkan dan mempunyai rating sebesar 9,82/10 dari pembaca webtoons.com.

Webtoon *I am Gangnam Beauty* bercerita tentang kehidupan perempuan bernama Kang Mi Rae yang melakukan operasi plastik untuk dapat tampil cantik dan diterima dalam masyarakat. Namun, setelah ia memiliki wajah yang cantik ia tetap mendapat ejekan dari orang-orang sekitarnya karena melakukan operasi plastik sampai ia dijuluki sebagai monster plastik. Sebelum mengambil keputusan untuk operasi plastik, Kang Mi Rae menyatakan cintanya kepada seorang laki-laki yang satu sekolah dengannya. Namun, laki-laki tersebut menolaknya dan berkata bahwa ia memiliki wajah yang jelek.

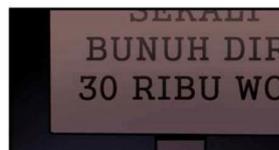


Gambar 21. Ilustrasi Penolakan yang Didapat Kang Mi Rae
(Sumber: webtoons.com)

Mendapat penolakan dari laki-laki yang disukainya, Kang Mi Rae merasa depresi dan mencoba untuk bunuh diri dengan cara melompat dari atap sekolah. Saat akan melompat, ia dicegah oleh seorang laki-laki yang menyuruhnya untuk membaca sebuah tanda yang tertera. Tanda tersebut bertuliskan bahwa kalau ingin bunuh diri harus membayar biaya sebesar 30 ribu won, dan kalau memiliki wajah yang jelek harus membayar 50 ribu won.



Gambar 22. Ilustrasi Kang Mi Rae yang Mencoba Bunuh Diri
(Sumber: webtoons.com)



Gambar 23. Ilustrasi Tanda Peringatan Jika Ingin Bunuh Diri
(Sumber: webtoons.com)

Setelah melihat tanda tersebut, Kang Mi Rae mengurungkan niatnya dan merasa marah karena untuk bunuh diri saja masih terdapat diskriminasi. Sejak saat itu, ia mengatakan kepada kedua orang tuanya untuk melakukan operasi plastik. Masa kecantikan wajah Kang Mi Rae pun dimulai saat ia masuk ke salah satu universitas dan melakukan orientasi.



Gambar 24. Ilustrasi Wajah Kang Mi Rae Setelah Operasi
(Sumber: webtoons.com)

Pada saat orientasi, banyak laki-laki yang mulai tertarik dengannya. Di sisi lain, banyak juga perempuan yang membicarakan wajah cantik Kang Mi Rae karena operasi plastik. Beberapa orang pun memanggilnya dengan sebutan monster plastik karena telah merubah keseluruhan bentuk wajahnya.



Gambar 25. Ilustrasi Cemoohan Terhadap Wajah Kang Mi Rae
(Sumber: webtoons.com)

Sebelum melakukan operasi plastik, Kang Mi Rae selalu diejek oleh lingkungan sekitarnya karena wajahnya yang buruk rupa. Namun, setelah ia melakukan operasi pun beberapa orang tetap membicarakannya. Tidak hanya mendapat ejekan, Kang Mi Rae pun mendapatkan kekerasan fisik oleh kakak tingkatnya dikarenakan ia difitnah oleh teman sekelasnya yang bernama Sua.



Gambar 26. Ilustrasi Kekerasan yang Diterima Mi Rae
(Sumber: webtoons.com)

Selain itu, webtoon *I am Gangnam Beauty* merupakan webtoon yang menceritakan bahwa kecantikan merupakan hal yang sangat penting. Hal ini juga tergambar pada salah satu tokoh yang bernama Sua. Sua memiliki wajah yang cantik dan sempurna tetapi selalu menunjukkan dirinya yang lain di depan banyak orang dengan selalu tersenyum dan berbohong. Salah satu kebohongannya agar ia diterima di masyarakat adalah dengan mengatakan di depan banyak orang bahwa ia ingin memiliki tubuh yang gemuk dan kesal terhadap dirinya yang kurus. Namun, itu semua merupakan kebohongan karena setelah makan Sua selalu memuntahkan makanannya agar ia tetap memiliki badan yang kurus.



Gambar 27. Ilustrasi Kebohongan Sua
(Sumber: webtoons.com)

4.3.1 Tokoh Webtoon *I am Gangnam Beauty*

Dalam sebuah komik pasti ada tokoh yang membuat cerita dalam komik tersebut menjadi menarik. Tokoh adalah para pelaku yang terdapat dalam sebuah cerita fiksi, dari setiap tokoh dalam komik mempunyai watak dan sifatnya masing-masing. Penjelasan watak dan sikap para tokoh webtoon *I am Gangnam Beauty* adalah sebagai berikut:

1. Kang Mi Rae



Gambar 28. Kang Mi Rae
(Sumber: webtoons.com)

Kang Mi Rae merupakan sosok yang pemalu dan tidak pernah percaya diri. Hal ini dikarenakan Mi Rae sempat memiliki wajah yang buruk rupa. Setelah menjadi cantik karena operasi plastik, Mi Rae sempat

merasa heran dan canggung jika ada yang memuji dirinya. Operasi plastik juga menjadi penyebab Mi Rae selalu menilai orang-orang di sekitarnya berdasarkan kecantikan. Di balik sifatnya itu, ia memiliki hati yang baik dan lambat laun mulai menghilangkan sifatnya yang selalu menilai orang lain melalui wajahnya.

Saat mulai masuk universitas, Mi Rae merasa hidupnya akan berubah karena ia sudah memiliki wajah yang cantik. Namun, pada kenyataannya Mi Rae masih saja mendapat perlakuan buruk dari orang sekitarnya. Tetapi, pada akhirnya ia dapat diterima dan tidak menghiraukan apa yang orang lain katakan tentang dirinya.

2. Do Kyungsuk



Gambar 29. Do Kyung Suk
(Sumber: webtoons.com)

Do Kyung Suk merupakan salah satu tokoh laki-laki yang ada pada webtoon ini. Kyung Suk memiliki sifat yang cuek serta tegas. Selain itu, ia tidak pernah memandang seseorang melalui fisiknya sehingga ia lebih memilih untuk menjadi kekasih Mi Rae yang notabene memiliki wajah cantik karena operasi dibandingkan perempuan yang cantik secara alami.

3. Hyun Sua



Gambar 30. Hyun Sua
(Sumber: webtoons.com)

Sosok Sua digambarkan sebagai perempuan yang cantik, ramah, mudah bergaul dan sempurna. Namun, itu semua hanyalah sebuah kebohongan agar Sua dapat dipuji oleh orang-orang sekitar. Sua diibaratkan bermuka dua dikarenakan di depan semua orang ia terlihat baik namun di balik semua itu Sua hanyalah berpura-pura. Selain itu, Sua merupakan sosok yang paling membenci Mi Rae karena ia menganggap kecantikan itu merupakan alamiah dan bukan buatan.

4. Eun Yoo



Gambar 31. Eun Yoo
(Sumber: webtoons.com)

Memiliki sifat yang baik, bijak serta tidak memandangi fisik orang lain membuat Eun Yoo menjadi ketua kelas dari jurusan Kimia tahun pertama. Sosok Eun Yoo merupakan salah satu teman dari Mi Rae.

Selain itu, Eun Yoo memiliki tingkat kepekaan yang tinggi sehingga ia dari awal sudah mengetahui bahwa Sua memiliki sifat yang tidak baik.

5. Na Hyesung (Ibu Kyung Suk)



Gambar 32. Na Hyesung
(Sumber: webtoons.com)

Dalam webtoon ini, Hyesung atau Ibu Kyung Suk merupakan sosok perempuan yang cantik dan sempurna. Ia memutuskan untuk bercerai karena suaminya hanya menganggap ia sebagai bunga pajangan dan menjadi kebanggaan tersendiri bagi seorang suami memiliki istri yang cantik. Karena hanya dianggap sebagai pajangan, Hyesung dilarang mengejar cita-citanya untuk menjadi seorang *perfumer*.

6. Kim Taehee



Gambar 33. Kim Tae Hee
(Sumber: webtoons.com)

Merupakan kakak tingkat jurusan kimia tahun kedua. Taehee memiliki badan yang besar dan hobi makan. Ia sering diejek dengan temannya jika

saja Tae Hee diet maka ia akan menjadi cantik. Tetapi, ia tidak peduli dengan perkataan tersebut dan tetap mencintai dirinya sendiri.

7. Kwon Yoonbyeol



Gambar 34. Kwon Yoonbyeol
(Sumber: webtoons.com)

Kwon Yoonbyeol merupakan mahasiswa jurusan kimia tahun kedua. Memiliki penampilan yang tidak biasa membuat banyak orang berpikir bahwa ia adalah seorang laki-laki. Yoonbyeol juga sering mendapat komentar dari orang sekitarnya bahwa ia harus berpakaian seperti layaknya seorang perempuan agar dapat dianggap cantik dan perempuan sesungguhnya.

VI. PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*, representasi konsep perempuan cantik sesuai dan sejalan dengan budaya masyarakat Korea tentang bagaimana perempuan dapat dikatakan cantik. Masyarakat Korea menganggap perempuan cantik itu adalah mereka yang memiliki badan tinggi dan langsing, berkulit putih, mata yang besar, hidung mancung dan juga bentuk muka yang kecil membentuk garis *V-Line* pada dagu. Pada webtoon *I am Gangnam Beauty*, sosok Sua direpresentasikan sebagai sosok perempuan yang cantik dan sempurna yang memiliki karakteristik sesuai dengan konsep cantik yang dianut oleh masyarakat Korea.

Pada webtoon *I am Gangnam Beauty* juga menampilkan konsep kecantikan yang sesuai dengan mitos kecantikan yang diyakini oleh masyarakat, yaitu seorang perempuan hanya dinilai berdasarkan penampilan dan kecantikannya saja. Perempuan yang tidak sesuai dengan kriteria cantik tersebut dianggap perempuan yang tidak menarik dan akan selalu dituntut oleh lingkungannya terlebih lagi kaum laki-laki untuk dapat berubah dan berusaha mengikuti konsep ideal tersebut. Selain itu, lingkungan sosial juga masih mempermasalahkan kondisi fisik seorang perempuan yang tidak sesuai

dengan standar cantik yang ada. Hal tersebut tentunya dapat mengurangi tingkat kepercayaan diri perempuan sehingga akan timbul sifat ketidakpuasan terhadap diri sendiri.

Kecantikan perempuan yang terus menerus diarahkan dan dikontrol membuat perempuan menilai buruk tentang dirinya sehingga akan melakukan segala cara untuk memperbaiki penampilannya. Dalam webtoon *I am Gangnam Beauty*, sosok Sua melakukan diet yang ekstrem yaitu dengan memuntahkan kembali makanannya sehingga makanan tersebut tidak akan dicerna dan masuk ke dalam tubuhnya. Tidak hanya itu saja, sosok Mirae pun rela untuk melakukan operasi plastik agar penampilannya berubah sehingga ia dapat diterima di masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kecantikan merupakan hal yang sangat penting bagi perempuan karena lingkungan sekitar masih menganggap bahwa perempuan yang cantik lah yang dapat hidup dengan dengan bahagia dan juga sukses.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis ingin memberikan beberapa saran, yaitu:

- a. Peneliti menyarankan agar para perempuan tidak terlalu larut dalam berbagai tren kecantikan yang semakin berkembang, apalagi sampai melakukan cara-cara yang ekstrem untuk dapat terlihat cantik seperti apa yang ditampilkan oleh media.

- b. Peneliti menyarankan agar para perempuan dapat lebih mencintai dirinya sendiri dan selalu berpikir positif dalam menilai tubuhnya sehingga tidak akan timbul rasa kurang puas dan obsesi terhadap tubuh sendiri.
- c. Peneliti menyarankan agar pihak laki-laki untuk dapat lebih menghargai tubuh serta penampilan perempuan dan tidak mengatur serta memaksa perempuan untuk menjadi apa yang pihak laki-laki inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdullah, Irwan. 2001. *Seks, Gender dan Reproduksi Kekuasaan*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- _____. 2006. *Studi Tubuh Nalar dan Masyarakat : Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: TiciPress.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danesi, Marcel dan Paul Perron. 1999. *Analyzing Cultures : an Introduction and Handbook*. Bloomington: Indiana University Press.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda & Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Echolas, Jhon M. dan Shadily, H. 2005. *Dalam Rostamilis. Penggunaan Kosmetik Dasar Kecantikan dan Berbusana yang Serasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hall, Stuart. 2003. *The Work of Representation, Representation : Cultural Representation and Signifying Practice*. London: Sage Publication.
- Juliastuti, Nuraeni. 2000. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mascelli, Joseph V. 2010. *The Five C's of Cinematography*. Jakarta: Fakultas Film & TV IKJ.
- Melliana, Anastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.

- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Yogyakarta: Matahari.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. 2003. *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Setiawan. 2004. *Ensiklopedi Nasional Indonesia*. Bekasi: PT Delta Pamungkas.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.
- Yulianto, Vissia Ita. 2007. *Pesona Barat: Analisa Kritis-Historis Tentang Kesadaran Warna Kulit di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sumber Skripsi & Jurnal

- Amriani, Nani. 2015. *Perempuan Maskulin*. Makassar: Jurnal Equilibrium, Pendidikan Sosiologi Volume III No. 1 Mei 2015.
- Anindya, Annisa. 2016. *Gender Fluid Dan Identitas Androgini Dalam Media Sosial*. Padang: Jurnal TINGKAP Vol. XII No. 2 Th. 2016.
- Astiningrum, Nian. 2007. *Hubungan Antara Minat Terhadap Komik Jepang (Manga) Dengan Kemampuan Rekognisi Emosi Melalui Ekspresi Wajah*. Yogyakarta: Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Volume 34, No. 2, 130 – 150.
- Khulsum, Umi. 2014. *Perspektif Cantik Perempuan Korea dalam Film *Minyeouneun Georowo**. Jakarta: Jurnal Thesis, Vol. IV. 2 Mei-Agustus.
- Miranti, Putri. 2005. *Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Perempuan Tentang Kecantikan dalam Iklan Pemutih Kulit di Televisi*. Jakarta: Jurnal Thesis, Vol. IV. 2 Mei-Agustus.
- Prahmadhani, Dian Tirta. 2007. *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Qura, Nurusalimah Min Ummil. 2017. *Analisis Wacana Kritis Humor Line Webtoon Si Udin*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahmawati, Safitry. 2017. *Representasi Kecantikan dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Video Make-Up Tutorial Beauty Vlogger Abel Cantika di Youtube)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Suparjo, Ismail. 2017. *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Veet Versi Julie's Beauty Secret (Analisis Semiotika Roland Barthes di Televisi)*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Syahputra, Dedi Kurnia. 2015. *You Look Disgusting: Kritik Atas Citra Kecantikan Telaah Semiotika John Fiske Terhadap Representasi Feminisme Modern*. Bandung: Jurnal Semiotika, Volume 9, Nomor 2, Desember 2015.
- Syata, Novitalista. 2012. *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.

Sumber Artikel

- Aditya, Prama. 2015. *Comic: Manga vs Western Comic*. Diakses dari <http://pramaaditya.com/2015/06/13/> pada 16 Oktober 2019 pukul 16.30 WIB.
- Agnes, Tia. 2016. *Pembaca Line Webtoon Indonesia Terbesar di Dunia*. Diakses dari <https://hot.detik.com/art/3274551/pembaca-line-webtoon-indonesia-terbesar-di-dunia> pada 02 Februari 2019 pukul 10.00 WIB.
- Aneliya, Oktari. 2013. *Teori Kebudayaan, "Memandang Fenomena Budaya dengan Kacamata Semiotik" dalam Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Benny H. Hoed*. Diakses dari <https://www.slideshare.net/mobile/tarianeliya/semiotik-dan-dinamika-sosial-budaya> pada 08 Mei 2019 pukul 13.30 WIB.
- Anggita, Jenni. 2016. *Kebudayaan Sebagai Tanda*. Diakses dari https://www.academia.edu/32371543/Kebudayaan_Sebagai_Tanda pada 08 Mei 2019 Pukul 13.45 WIB.
- Artisty, Trisha. 2013. *Kenali Arti Makna Di Balik Warna*. Diakses dari <https://idseducation.com/articles/kenali-makna-di-balik-warna> pada 02 Oktober 2019 pukul 16.12 WIB.
- Fitinline. 2013. *Unsur Desain Fashion: Unsur Warna (Makna Warna)*. Diakses dari <https://www.fitinline.com/article/read/unsur-desain-fashion-unsur-warna-makna-warna-2/> pada 06 Oktober 2019 pukul 20.58 WIB.
- Hestianingsih. 2019. *Sejarah Kelam di Balik Operasi Kelopak Mata yang Populer di Korea*. Diakses dari <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4551629/sejarah-kelam-di-balik-operasi-kelopak-mata-yang-populer-di-korea> pada 02 Oktober 2019 pukul 09.00 WIB.
- Idris. 2017. *Ikonografi Manga*. Diakses dari http://ikonografi-manga.jurnalilmiah.web.id/id3/23662246/IkonografiManga_90466_ikonografi-manga-jurnal-ilmiah.html pada 20 Desember 2019 pukul 11.30 WIB.

- Laosopapirom, Tanyaporn. 2016. *Beauty Clinics: From Crisis To Opportunity*. Diakses dari <https://www.scbeic.com/en/detail/product/2928> pada 16 Oktober 2019 pukul 23.17 WIB.
- Meodira, Arindra. 2015. *LINE Hadirkan Webtoon, Platform Digital bagi Pecinta Komik*. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/495706/line-hadirkan-webtoon-platform-digital-bagi-pecinta-komik> pada 31 Juli 2019 pukul 18.30 WIB.
- Muznaawan. 2018. *Korean Versus Western Beauty Standards*. Diakses dari <http://redesign.seoulcosmeticsurgery.com/2018/05/23/korean-versus-western-beauty-standards/> pada 17 November 2019 pukul 19.55 WIB.
- Ruben, Kornelis. 2015. *Aku Diciptakan Sebagai Perempuan Atau Laki-laki*. Diakses dari <https://slideplayer.info/slide/12647221/> pada 20 Desember 2019 pukul 10.24 WIB.
- Scythe. 2018. *Webtoon's Messed Up Popularity Algorithm*. Diakses dari <https://forums.tapas.io/t/webtoons-messed-up-popularity-algorithm/24122/5> pada 31 Agustus 2019 pukul 14.30 WIB.
- Tampubolon, Angela. 2015. *Bulimia Nervosa*. Diakses dari <https://www.academia.edu/22318744/Bulimia-Nervosa> pada 03 Oktober 2019 pukul 14.00 WIB.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdullah, Irwan. 2001. *Seks, Gender dan Reproduksi Kekuasaan*. Yogyakarta: Tarawang Press.
- _____. 2006. *Studi Tubuh Nalar dan Masyarakat : Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: TiciPress.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danesi, Marcel dan Paul Perron. 1999. *Analyzing Cultures : an Introduction and Handbook*. Bloomington: Indiana University Press.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda & Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Echolas, Jhon M. dan Shadily, H. 2005. *Dalam Rostamilis. Penggunaan Kosmetik Dasar Kecantikan dan Berbusana yang Serasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hall, Stuart. 2003. *The Work of Representation, Representation : Cultural Representation and Signifying Practice*. London: Sage Publication.
- Juliastuti, Nuraeni. 2000. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mascelli, Joseph V. 2010. *The Five C's of Cinematography*. Jakarta: Fakultas Film & TV IKJ.
- Melliana, Anastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.

- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Yogyakarta: Matahari.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. 2003. *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Setiawan. 2004. *Ensiklopedi Nasional Indonesia*. Bekasi: PT Delta Pamungkas.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.
- Yulianto, Vissia Ita. 2007. *Pesona Barat: Analisa Kritis-Historis Tentang Kesadaran Warna Kulit di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sumber Skripsi & Jurnal

- Amriani, Nani. 2015. *Perempuan Maskulin*. Makassar: Jurnal Equilibrium, Pendidikan Sosiologi Volume III No. 1 Mei 2015.
- Anindya, Annisa. 2016. *Gender Fluid Dan Identitas Androgini Dalam Media Sosial*. Padang: Jurnal TINGKAP Vol. XII No. 2 Th. 2016.
- Astiningrum, Nian. 2007. *Hubungan Antara Minat Terhadap Komik Jepang (Manga) Dengan Kemampuan Rekognisi Emosi Melalui Ekspresi Wajah*. Yogyakarta: Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Volume 34, No. 2, 130 – 150.
- Khulsum, Umi. 2014. *Perspektif Cantik Perempuan Korea dalam Film *Minyeouneun Georowo**. Jakarta: Jurnal Thesis, Vol. IV. 2 Mei-Agustus.
- Miranti, Putri. 2005. *Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Perempuan Tentang Kecantikan dalam Iklan Pemutih Kulit di Televisi*. Jakarta: Jurnal Thesis, Vol. IV. 2 Mei-Agustus.
- Prahmadhani, Dian Tirta. 2007. *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Qura, Nurusalimah Min Ummil. 2017. *Analisis Wacana Kritis Humor Line Webtoon Si Udin*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahmawati, Safitry. 2017. *Representasi Kecantikan dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Video Make-Up Tutorial Beauty Vlogger Abel Cantika di Youtube)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.

Suparjo, Ismail. 2017. *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Veet Versi Julie's Beauty Secret (Analisis Semiotika Roland Barthes di Televisi)*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.

Syahputra, Dedi Kurnia. 2015. *You Look Disgusting: Kritik Atas Citra Kecantikan Telaah Semiotika John Fiske Terhadap Representasi Feminisme Modern*. Bandung: Jurnal Semiotika, Volume 9, Nomor 2, Desember 2015.

Syata, Novitalista. 2012. *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.

Sumber Artikel

Aditya, Prama. 2015. *Comic: Manga vs Western Comic*. Diakses dari <http://pramaaditya.com/2015/06/13/> pada 16 Oktober 2019 pukul 16.30 WIB.

Agnes, Tia. 2016. *Pembaca Line Webtoon Indonesia Terbesar di Dunia*. Diakses dari <https://hot.detik.com/art/3274551/pembaca-line-webtoon-indonesia-terbesar-di-dunia> pada 02 Februari 2019 pukul 10.00 WIB.

Aneliya, Oktari. 2013. *Teori Kebudayaan, "Memandang Fenomena Budaya dengan Kacamata Semiotik" dalam Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Benny H. Hoed*. Diakses dari <https://www.slideshare.net/mobile/tarianeliya/semiotik-dan-dinamika-sosial-budaya> pada 08 Mei 2019 pukul 13.30 WIB.

Anggita, Jenni. 2016. *Kebudayaan Sebagai Tanda*. Diakses dari https://www.academia.edu/32371543/Kebudayaan_Sebagai_Tanda pada 08 Mei 2019 Pukul 13.45 WIB.

Artisty, Trisha. 2013. *Kenali Arti Makna Di Balik Warna*. Diakses dari <https://idseducation.com/articles/kenali-makna-di-balik-warna> pada 02 Oktober 2019 pukul 16.12 WIB.

Fitinline. 2013. *Unsur Desain Fashion: Unsur Warna (Makna Warna)*. Diakses dari <https://www.fitinline.com/article/read/unsur-desain-fashion-unsur-warna-makna-warna-2/> pada 06 Oktober 2019 pukul 20.58 WIB.

Hestianingsih. 2019. *Sejarah Kelam di Balik Operasi Kelopak Mata yang Populer di Korea*. Diakses dari <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4551629/sejarah-kelam-di-balik-operasi-kelopak-mata-yang-populer-di-korea> pada 02 Oktober 2019 pukul 09.00 WIB.

Idris. 2017. *Ikonografi Manga*. Diakses dari http://ikonografi-manga.jurnalilmiah.web.id/id3/23662246/IkonografiManga_90466_ikonografi-manga-jurnal-ilmiah.html pada 20 Desember 2019 pukul 11.30 WIB.

- Laosopapirom, Tanyaporn. 2016. *Beauty Clinics: From Crisis To Opportunity*. Diakses dari <https://www.scbeic.com/en/detail/product/2928> pada 16 Oktober 2019 pukul 23.17 WIB.
- Meodira, Arindra. 2015. *LINE Hadirkan Webtoon, Platform Digital bagi Pecinta Komik*. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/495706/line-hadirkan-webtoon-platform-digital-bagi-pecinta-komik> pada 31 Juli 2019 pukul 18.30 WIB.
- Muznaawan. 2018. *Korean Versus Western Beauty Standards*. Diakses dari <http://redesign.seoulcosmeticsurgery.com/2018/05/23/korean-versus-western-beauty-standards/> pada 17 November 2019 pukul 19.55 WIB.
- Ruben, Kornelis. 2015. *Aku Diciptakan Sebagai Perempuan Atau Laki-laki*. Diakses dari <https://slideplayer.info/slide/12647221/> akses pada 20 Desember 2019 pukul 10.24 WIB.
- Scythe. 2018. *Webtoon's Messed Up Popularity Algorithm*. Diakses dari <https://forums.tapas.io/t/webtoons-messed-up-popularity-algorithm/24122/5> pada 31 Agustus 2019 pukul 14.30 WIB.
- Tampubolon, Angela. 2015. *Bulimia Nervosa*. Diakses dari <https://www.academia.edu/22318744/Bulimia-Nervosa> pada 03 Oktober 2019 pukul 14.00 WIB.