

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tepat akhir tahun 2021 Wardah meluncurkan gerakan terbarunya, 21 Desember 2021 dipilih sebagai salah satu waktu untuk melakukan peresmian Wardah #BeautyMovesYou. BeautyMovesYou merupakan gerakan terbaru dengan memiliki fokus kepada kecantikan yang bisa memberikan perubahan kepada setiap lingkungan. Merek Wardah selalu memiliki komitmen untuk terus memberikan manfaat bagi konsumen masyarakat Indonesia. Langkah ini merupakan salah satu gerakan kecil untuk menuju gerakan inisiatif. Melalui BeautyMovesYou mengajak semua masyarakat untuk terlibat dalam memberikan kebaikan dan melakukan perubahan untuk Indonesia jauh lebih baik serta berkembang. Gerakan ini fokus kepada kecantikan wanita progresif dengan mengedepankan aspek wanita modern selain itu wanita tak hanya cantik namun juga mampu untuk melakukan gerakan inisiatif untuk dirinya serta lingkungannya.



Gambar 4.1 Wardah #BeautyMovesYou (Website Wardah Beauty)

Wardah #BeautyMovesYou banyak pihak yang terlibat dalam gerakan ini salah satunya aktris Dewi Sandra yang sudah lama bergabung dengan Wardah sebagai duta merek. Gerakan ini memiliki fokus kepada permasalahan keberanian dalam mengambil perubahan untuk diri kita sendiri atau untuk komunitasnya. Bukan hanya sekedar masalah fisik dan tapi juga bagaimana seorang wanita bisa melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi banyak orang. Selain itu ada juga nama Nicky Clara seorang penyandang disabilitas dengan kemampuan mode atau

fashion yang sangat baik sehingga dalam kegiatan produksi bisa melibatkan banyak penyandang disabilitas untuk membantu mensejahterahkan



Gambar 4.2 Tokoh Terkenal terlibat dalam acara Wardah (Liputatn6.com)

Video Iklan yang diluncurkan oleh Wardah dalam merayakan keberanian seorang wanita dalam mengambil keputusan serta perubahan untuk komunitas dan diri sendirinya. Video di unggah pada akun Youtube Wardah Official pada tanggal 1 Oktober 2021. Dalam video memperlihatkan keempat wanita yang mewakili masing-masing komunitasnya dimana mereka melakukan keberanian untuk melakukan perubahan dan pergerakan. Ditunjukkan menjadi seorang wanita tidak hanya masalah cantik tapi bagaimana mereka bisa mengambil langkah dan peran untuk melakukan perubahan. Dengan menggunakan cantik sebagai wanita bisa menjadi pengerakn perubahan yang inisiatif. Sudah empat bulan ditayangkan video tersebut berhasil mendapatkan 45 ribu view, 630 likes dan 50 komentar pada akun official Wardah.

Wardah merupakan salah satu merek kosmetik lokal Indonesia yang memiliki tagline Halal Green Beauty. Sejak awal berdiri Wardah yang berdiri dibawah naungan PT PTI selalu memiliki komitmen untuk memberikan manfaat dan memberikan produk yang terbaik. Dimana wardah memiliki komitmen untuk selalu bertumbuh bersama, mengembangkan produk yang berkualitas, menjaga bumi serta melakukan pengembangan produk untuk bisnis. Wardah dengan selalu mendukung pengembangan produk akan menciptakan produk yang bermanfaat bagi pargonian dan konsumen serta selalu berupaya selalu berkembang dari hari sebelumnya.



Gambar 4.3. Logo Wardah (Website Wardah Beauty)

Setiap tahunnya wardah selalu menghadirkan berbagai kampanye atau gerakan untuk mendukung kebaikan inisiatid tentu gerakan ini memiliki fokus kepada perkembangan serta pemberdayaan wanita Indonesia. Wardah Inspiring Movement merupakan salah satu gerakan di prakasai oleh Wardah untuk membantu mencapai tujuan kebaikan inisiatif, selalu melibatkan individu, organiasi atau komunitas untuk melakukan perubahan untuk pendidikan, pemeberdayaan wanita, serta lingkungan. Melakukan gerakan perubahan tak selamnaya harus besar-besaran tapi bisa juga dilakukan dengan langkah kecil asal konsisten melakukan nantinya akan menghasilkan hasil yang baik lingkungan. Gerakan dilakukan secara bersama- sama akan berdampak sangat baik untuk lingkungan semua perubahan dilakukan bisa dilakukan secara konsisten akan berdampak hebat bagi yang merasakanya. Perubahan-perubahan yang dilakukan setiap tahun memiliki fokus kepada kesehatan seperti fasilitas rumah sakit, pendidikan bagaimana setiap anak mendapatkan hak sama, pemberdayaan wanita dan lingkungan bagaimana setiap merek bisa menjamin tidak melakukan perusakan terhadap alam.

Wardah memiliki fokus kepada kosmetik dan skin care untuk wanita Indonesia. Sejak berdiri wardah selalu menghadirkan berbagai variant yang lengkap untuk memberikan kecantikan terhadap wanta Indonesia. Setiap produk yang dihasilkan oleh Wardah menggunakan bahan aman yang tidak merusak alam serta tidak melibatkan hewan dalam proses produksinya. Selain itu bahan dalam produksi semua produk aman bagi kulit. Produk yang dimiliki Wardah cukup banyak mulai dari *bedak, lipstik, eyeshadow pallate, serta rangkaian skin care.*

4.1. Gambaran Umum Informan

Informan merupakan salah satu cabang ilmu antropologi yang memiliki arti sebagai merupakann seseorang yang memiliki ide, gagasan, opini dan pengalaman pribadi mereka terhadap suatu isu tertentu. Baik berupa pesan ataupun lainnya informasi yang didapatkan akan dijadikan informasi untuk memenuhi kebutuhan wawancara ole peneliti sebagai salah satu data untuk mememnuhi kebutuhan informasi penelitian. Informan memiliki arti seseorang yang memiliki informasi dengan berdasarkan pengalaman yang mereka alami, informan tidak bisa dipaksa untuk menjawab yang kita mau mereka akan menjawab berdasarkan apa yang mereka alami. Harus digaris bawah bahwa tidak semua orang bisa dijadikan informan sebab itu peneliti harus berhati-hati dalam memilih informan, haruslah sesuai kriteria untuk menjadikan seseorang informan.

- Dalam penelitian ini peneliti memiliki kriteria yang cocok dan sesuai untuk menjadikan informan salah satunya adalah laki-laki dengan usia 17-31 tahun serta sudah menonton Iklan Wardah BeautyMovesYou. Penelkti melihat dari faktor usia dimana setiap usia akan memaknai pesan yang diberikan berbeda. Selain itu peran lingkungan juga memiliki pengaruh terhadap peran dari pengalaman mereka juga akan memiliki pemaknaan berbeda dari lainnya. Usia, latar belakang pendidikan, usia dan lingkungan juga menjadi salah satu faktor penting dalam menjadikan seseorang informan untuk membantu penelitian yang dilakukan.

Informan juga tidak boleh dipaksa oleh peneliti. Jawaban yang diberikan pun harus jujur serta tanpa adanya paksaan dalam menjawab. Peneliti dan informan harus sama sama sepakat sehingga tidak adanya permasalahan dalam berjalanya penelitian

1. Informan 1

Informan pertama yang di wawancara merupakan seorang laki-laki dengan rentan usia 21 tahun yang bertempat tinggal di Tangerang Selatan serta berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya. Serta memiliki lingkungan pertemanan yang luas. Menurut informan satu makna kata cantik bagi seorang

wanita dapat berubah tergantung dengan apa yang dilihatnya selain itu kata cantik juga sangat luas dan dapat memiliki point tambah jika berani mengambil perubahan. Serta lingkungan juga turut membantu dalam memaknai cantik.

“Kalau menurut saya yak arti kata cantik berarti untuk wanita ya, cara dia berpakaian cara dia berpernampilan lalu bagaimana cara mereka berkomunikasi dengan banyak orang seperti itu sih”Cukup mempengaruhi sih jadi ketika wanita berani melakukan suatu aksi makan akan terlihat cantik gitu sih Tentu ada sodara, kaka, pacar bahkan sahabat secara fisik cantik tapi personality yang cantik juga gitu sih (Martin, Hasil Wawancara, 28 April 2022)

Informan satu memiliki pemaknaan kata cantik yang ditampilkan dalam iklan Wardah BeautyMovesYou bahwa seorang wanita tidak harus berkulit putih saja untuk terlihat cantik tapi bagaimana mereka bisa merepresentasikan dirinya di depan banyak orang. Faktor lingkungan juga menjadi pendukung untuk memaknai kata cantik. Informan I melihat teman dan keluarga yang memiliki peran untuk komunitasnya masing-masing sehingga membentuk kata cantik bahwa wanita harus berani dan tak hanya cantik fisiknya saja

2. Informan 2

Informan kedua memiliki latar belakang laki-laki yang berusia 22 tahun yang sedang menempuh pendidikan di Universitas dengan lingkup pertemanan yang luas serta pernah masuk ke dalam organisasi Universitas. Menurut Informan kedua kecantikan seorang wanita bukan hanya terlihat dari fisik yang mereka miliki tapi bagaimana sikap dan pembawaan diri wanita pada saat di depan umum. Selain cantik menurut Informan kedua bukan soal fisik tapi bagaimana mereka bisa menjaga sikap diri mereka Informan kedua juga memberikan penekanan kepada point personality dari wanita itu.

“Cantik ya mungkin kita lihat dari fisik ataupun dari kepribadian nya itu bisa masuk ke dalam cantik”“Seperti yang sudah singgung soal fisik tapi juga kepribadian juga menjadi point penting cara mengobrol dengan seseorang, lingkungan serta sopan santun bisa menjadi salah satu kriteria cantik”“Pesan yang bisa ditangkap sempat disinggung di awal kalau wanita cantik bukan sekedar cantik tapi melakukan perubahan seperti pesanya cantik melakukan perubahan” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Informan kedua memiliki pemaknaan kecantikan yang ditampilkan dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou bahwa wanita cantik tak selalu harus dinilai dari

fisik mereka melainkan bagaimana memberikan gerakan perubahan untuk lingkungan mereka sendiri. Selain itu Informan kedua juga menjelaskan bahwa kulit wanita yang digambarkan pada iklan sangat beragam sehingga menurutnya wanita cantik tak hanya wanita yang memiliki kulit yang putih tapi juga yang gelap juga bisa terlihat lebih cantik. Selain itu wanita yang cantik juga memiliki rasa peduli terhadap sesamanya selain itu juga ikut peduli dengan alam dengan menjaga serta membersihkan pantai dan lingkungan sekitarnya.

3. Informan 3

Informan ketiga memiliki latar belakang seorang laki-laki dengan rentan usia 22 tahun yang sedang menempuh pendidikan di Universitas dengan memiliki pertemanan yang luas serta pernah mengikuti organisasi di lingkungan Universitas. Informan ketiga memiliki mengatakan bahwa kecantikan bukanlah hal yang utama dalam seorang diri perempuan melainkan sikap dan pembawaan diri dalam masyarakat. Informan juga mengatakan bahwa point fisik memang dapat dijadikan kecantikan tapi bukanlah hal yang utama serta lebih menenkan kepada sikap seorang wanita yang bisa menempatkan diri depan banyak orang.

“Arti kata cantik yaa, hmm secara umum memiliki penampilan yang tahu tempat dan sikap di depan umum Udah itu aja”“Tadi dengan jawaban yang sebelumnya lebih mengdepankan sikap dan pembawaan, saya setuju dengan putih cantik tapi warna gelapun juga cantik , tapi tidak setuju dengan semakin putihsemakin cantik karena semakin putih(Raka, Hasil Wawancara 17 Mei 2022)

Informan ketiga memiliki pemaknaan kecantikan yang ditampilkan dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou. Kecantikan fisik seperti putih, tinggi dan lancing bukanlah yang utama dari wanita melainkan pointb sikap dan kepribadian dari wanita. Seperti dengan menjaga sikap dengan orang yang lebih tua selain itu bagaimana seorang wanita yang bisa menempatkan dirinya tahun situasi sehingga bisa menempatkan dan bisa beradaptasi dengan lingkungan yang ada di sekitarnya. Wanita cantik juga bukan hanya dari standar putih tapi beragam bahkan kecantikan akan memiliki arti yang luas jika kita bisa melihat sisi seorang wanita.

Tabel 4.1. Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Ricky Martin (Informan 1)	Rizqi Ananda (Informan 2)	Alrian Raka (Informan 3)
Usia	21 Tahun	23Tahun	22 Tahun
Lahir Tahun	2001	1999	2000
Jenis Kelamin	Laki-Laki	Laki-Laki	Laki-Laki
Domisili	Tangerang Selatan	Tangerang Selatan	Kab. Tangerang
Status	Mahasiswi	Mahasiswa	Mahasiswa

Sumber : Pernyataan Informan

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

4.2.1. Pemaknaan Iklan Wardah #BeautyMoveYou

Iklan merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan atau mempromosikan barang dan jasa. Iklan juga membantu masyarakat untuk lebih sadar akan fungsi produknya selain itu saat menggunakan iklan perusahaan mengharapkan hasil yang memuaskan. Menurut Kotler (2012) mengatakan bahwa iklan merupakan serangkaian cara dengan mempromosikan ide, gagasan untuk barang dan jasa oleh pihak sponsor tentu harus mengeluarkan sedikit biaya. Menurut ahli lain Djsalim Saladin iklan merupakan kegiatan promosi barang atau jasa dengan menggunakan kata persuasif (2012)

Salah satu aspek yang membuat iklan tersebut dikatakan berhasil. Iklan selalu memiliki pesan yang efektif sehingga orang yang menonton akan ikut

terpengaruh dengan pesan tersebut. Selain itu keberhasilan iklan juga didukung dengan media apa yang digunakan untuk penyebaran pesan iklan tersebut.

Dalam ilmu pemasaran iklan memiliki fungsi dapat memberikan informasi untuk konsumen untuk melihat bagaimana citra merek yang di iklankan bisa berjalan dengan positif serta sesuai dengan harapan. Iklan juga memberikan nilai tambah untuk suatu produk dengan memberikan pengaruh persepsi. Iklan juga dapat dijadikan sebagai salah satu alat untuk membujuk calon konsumen untuk mau mencoba barang dan jasa yang di iklankan, juga membantu loyalitas pelanggan untuk tetap membeli barang dan jasa yang di perjual belikan. Iklan Wardah BeautyMovesYou merupakan iklan komersial yang dibuat oleh PT Paragon Tecnology and Innovation tayang di media konvensional televisi serta media sosial seperti Instagram dan youtube.

Iklan Komersial memiliki fungsi sebagai menarik perhatian konsumen untuk membeli barang dan jasa yang di iklankan. Secara umum iklan komersial dapat diartikan sebagai iklan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau pendapatan. Dalam pembentukan iklan komersial elemen paling penting menciptakan permintaan pada barang dan jasa yang diiklankan. Realita seseorang membutuhkan sesuatu maka iklan komersial hadir untuk menawarkan solusi dari masalah.

Dari hasil wawancara dengan ketiga informan mengenai pernah atau tidaknya menyaksikan iklan Wardah dengan edisi BeautyMovesYou. Ketiga memiliki jawaban yang berbeda tapi ketiga sudah pernah menyaksikan iklan Wardah BeautyMovesYou. Informan pertama pernah menyaksikan iklan Wardah BeautyMovesYou, berikut penjelasan informan pertama :*“Sudah tentunya”*(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Informan kedua menjelaskan bahwa ia sudah pernah melihat iklan Wardah BeautyMovesYou pada media youtube. Berikut merupakan penjelasan dari Informan kedua mengenai pernah atau belumnya menyaksikan iklan tersebut :

“sudah sudah melihatnya kalau liat iklanya sih di sosial media instagram atau pun youtube”(Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Informan ketiga memberikan jawaban mengenai pernah atau tidaknya menyaksikan iklan Wardah BeautyMovesYou. Informan ketiga melihat iklan

Wardah BeautyMovesYou biasanya di media konvensional seperti televisi dan media sosial Youtube. Berikut merupakan penjelasan dari Informan ketiga :

“kalau untuk melihat iklan Wardah sempet melihat di sosial media tapi terkadang di media konvensional Televisi”(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Maka dari penjelasan ketiga informan mengenai pernah atau tidaknya mereka menyaksikan Iklan Wardah BeautyMovesYou. Penjelasan dari ketiga informan memiliki jawaban yang selaras. Artinya mereka sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti dimana mereka pernah menonton iklan Wardah BeautyMovesYou.

Pada pertanyaan kedua mengenai durasi menonton atau seberapa sering melihat iklan Wardah BeautyMovesYou serta apakah iklan yang di nonton disaksikan sampai iklan tersebut habis. Ketiga informan memberikan jawaban yang sesuai dengan dirinya masing-masing. Informan pertama memberikan jawaban sekitar 1-3 kali. Berikut penjelasan dari Informan pertama: *“Lebih dari sekali mungkin gak banyak sih 2-3 iklan kaya gitu sih”*(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Beliau menambahkan bahwa ia menyaksikan iklan tersebut tergantung dengan keberapa kali ia melihatnya. Pertama kali melihat ia akan menonton iklanya sampai habis sampai yang kedua kalinya akan skip untuk melihatnya karena sudah paham dengan apa isi pesan yang disampaikan dalam iklan Wardah BeautyMovesYou. Berikut penjelasan informan pertama :

“OHH kalau itu karena saya sudah melihat iklan tersebut kalau melihat lagi saya skip aja gitu sih” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Informan kedua memberikan jawaban mengenai seberapa sering iklan Wardah ia saksikan serta durasi iklan Wardah BeautyMovesYou. Informan kedua mengatakan cukup sering sekitar 1-3 kali. Berikut penjelasan dari Informan pertama: *“cukup sering sih sekitar 2-3 kali sih”*(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Informan kedua juga menambahkan mengenai durasi untuk menonton Iklan Wardah BeautyMovesYou ia mengatakan tergantung dengan pemahamannya jikadirasa sudah paham dengan isinya makan akan skip videonya.Namun dirasa

belum paham maka akan kembali menontonnya Berikut penjelasan dari Informan kedua :*“Karena sudah memperhatikan jika muncul kembali saya mengskip videonya”*(Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Informan ketiga memberikan jawaban mengenai seberapa sering serta durasi dalam melihat iklan Wardah BeautyMovesYou. Informan menjelaskan bahwa ia cukup sering melihat iklan Wardah BeautyMovesYou di youtube karena kesehariannya tidak bisa lepas dari gadget. Berikut merupakan penjelasan dari Informan ketiga :

“Cukup sering sih karena lumayan sering nonton youtube jadinya sering lihat sekitar 1-3 kali sih”(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Beliau juga menambahkan mengenai durasi apakah ia tetap menyasikan iklan tersebut atau skip videonya, semua kembali ke pesan yang disampaikan jika ia kurang paham pada saat pertama kali makan akan kembali untuk menontonnya dan menjadi paham maksud dari pesan dalam iklan Wardah BeautyMovesYou. Berikut penjelasan dari Informan ketiga :

“Iklan yaa Iklan saya sih pasti sekali melihat kalau yang sudah kedua dan saya tidak mengerti biasanya saya skip maksudnya tidak tertarik melihat skip saja, sekali udah keduanya skip menonton”(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Dari penjelasan ketiga Informan peneliti simpulkan Iklan Wardah BeautyMovesYou merubah sudut pandang bagi laki-laki dalam memaknai kata kecantikan seorang wanita. Ketiganya memiliki jawaban yang hampir sama namun berbeda fokus utamanya. Semua wanita yang berwarna kulit apa pun akan terlihat lebih cantik jika ia bisa merepresentasikan dirinya di depan umum dengan baik. Selain itu kecantikan wanita sangat beragam sehingga warna kulit apa pun akan jauh lebih cantik. Wanita yang cantik akan menambahkan point kecantikannya jika ia berhasil membuat serta berani melakukan perubahan yang mengarah ke dampak positif bai lingkungan ataupun komunitasnya.

Pertanyaan selanjutnya apakah model yang ditampilkan dalam iklan Wardah BeautyMovesYou sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh Wardah. Ketiga informan memberikan jawaban yang sama namun berbeda

sudut pandangnya. Informan pertama mengatakan sudah sesuai dengan Konsep yang ingin disampaikan oleh Wardah BeautyMovesYou. Berikut penjelasan dari informan pertama :

“Kalau menurut saya sudah sesuai sih jadi kaya dia juga menggambarkan Brave Beauty sehingga terus mendukung nihh para cantik untuk menunjukkan perubahannya, selain itu juga ikut membantu menjaga lingkungan dengan menggunakan produk yang halal” (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti melihat mengenai model yang ada di dalam Iklan Wardah BeautyMovesYou sudah sesuai dengan konsep yang ingin ditampilkan oleh Wardah. Model atau tokoh terkenal dalam iklan menggambarkan brave beauty sehingga di komunitasnya wanita tersebut dapat menjalankan perubahan yang berdampak bagi lingkungannya. Informan kedua mengatakan fokus kepada keberagaman warna kulit yang ditampilkan dalam iklan. Berikut penjelasan dari Informan kedua:

“Sesuai kok tidak hanya menampilkan wanita yang putih tapi berbagai sudut pandang wanita saja bahkan ada penyandang disabilitas tak hanya putih tapi beragam” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti melihat mengenai model yang berada dalam iklan Wardah BeautyMovesYou. Sudah sesuai dengan konsep yang ingin ditampilkan oleh Wardah. Model dalam iklan memiliki kulit beragam mulai dari putih, kuning, sampai dengan sawo matang. Keberagaman warna kulit wanita bisa sangat membuat wanita menjadi jauh terlihat lebih cantik. Selain itu wanita penyandang disabilitas bisa ikut berkarya. Informan ketiga mengatakan peran dari tokoh terkenal sangat penting. Berikut penjelasan Informan Ketiga:

“Brand Ambassador bisa dibilang yaa, bisa mencerminkan sih, maksudnya cantik itu melakukan perubahan seperti yang digambarkan ada wanita yang kekuarangan namun berani dengan mengambil sikap, menjadi lebih percaya sehingga dapat mengepresika diri ada yang sampai blusukan sawah dan pantai memberikan pengajaran sehingga sisi sosial sangat kuat dan menggambarkan cantik membawa perubahan” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti melihat mengenai apakah model yang ditampilkan dalam iklan sesuai dengan Wardah BeautyMovesYou. Mengatakan bahwa sesuai dengan konsep yang disung oleh Wardah. Peran tokoh terkenal dalam pembentukan serta perubahan pola pikir masyarakat sangat

berpengaruh besar. Keberagaman warna kulit mampu membuat wanita bisa merepresentasikan diri depan banyak orang, serta wanita cantik mampu melakukan perubahan gerakan sosial.

Ketiga Informan memberikan pendapat mengenai Iklan Wardah edisi #BeautyMovesYou. Dimana ketiga informan memahami dan menyaksikan iklan lebih dari sekali dengan pemahaman bahwa iklan wardah menggambarkan bagaimana kecantikan bukan hanya sekedar mengenai kecantikan fisik namun juga bagaimana mereka bisa membawa perubahan untuk lingkungan yang nantinya akan berdampak baik. Ketiga informan juga menangkap bahwa keberagaman kecantikan indonesia tergambar dengan model yang ditampilkan dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou

Tabel 4.2.3 Pemahaman Terhadap Iklan Wardah

Deskripsi	"#BeautyMovesYou "		
	Ricky(I-1)	Rizqi (I-2)	Raka (I-3)
Pernah melihat iklan Wardah	Pernah melihat di TV	Pernah melihat di YouTube	Pernah melihat di TV dan Youtube
Durasi melihat Iklan Wardah	Kurang lebih 2 Kali	Kurang lebih 2 kali	2-3 kali karena sering muncul di Youtube

4.2.2. Iklan Femvertising

Femvertising merupakan salah satu Iklan yang membahas mengenai isu stereotipe perempuan salah satu kecantikan dimana biasanya male sentris yang hanya menampilkan kecantikan fisik wanita dan lupa bagaimana seorang wanita yang bisa memiliki perubahan Seorang wanita bukan hanya dinilai dari fisik saja namun banyak aspek yang bisa ditunjukkan mulai dari pemikiran, aksi, dan sikap Kecantikan memiliki arti yang sangat luas dan akan berbeda pada setiap wanita dalam memaknai kata kecantikanya sendiri. Menurut salah satu media halodoc.com kecantikan merupakan salah satu hal yang relatif dan memiliki

standar yang berbeda pada setiap orang. Menurut salah satu riset mengatakan bahwa kecantikan dapat memiliki penilaian dan ukuran sendiri serta memiliki kriteria sendiri. Secara umum kriteria utama dalam pembentuk kecantikan adalah brain, beauty and behavior. Namun kecantikan dengan melihat kondisi fisik seperti kondisi rambut, warna kulit, dan tinggi menjadi sangat besar dalam penilaian standar kecantikan

Peluncuran salah satu iklan Wardah dengan edisi BeautyMovesYou yang resmi di upload serta di sebarakan tahun 2021. Merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh Wardah Indonesia sebagai pendukung kegiatan perempuan dan memberikan gambaran bahwa kecantikan tak hanya meluluh soal fisik tapi soal keberanian. Dimana peran wanita sangat penting untuk setiap komunitas mereka. BeautyMovesYou merupakan salah satu langkah yang diambil oleh perempuan untuk mengambil langkah yang baru dengan membawa suatu perubahan yang sangat bermanfaat untuk lingkungan dan alam, Iklan ini memberikan pesan untuk menjadi seorang wanita yang berani mengambil langkah dan membuat perubahan yang positif serta berdampak untuk kelanjutan hidup komunitasnya.

Bedasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan ketiga informan mengenai kecantikan BeautyMovesYou. Ketiga informan yang didapat menghasilkan jawab yang serupa namun memiliki fokus yang berbeda dengan lainnya. Informan I lebih memfokuskan kepada kepercayaan diri seorang wanita di depan umum, Informan II kedua memiliki fokus dengan kecantikan semua beragam, serta Informan III memiliki fokus kepada pembawaan sikap dan perubahan yang wanita lakukan. Berikut penjelasan Informan I :

Menurut saya arti BeautyMovesYou itu sendiri bahwa bagaimana bentuk kepercayaan diri dari seorang wanita saat menggunakan alat make up menurut saya sih seperti itu”(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Dari penjelasan yang diberikan oleh Informan I peneliti dapat melihat bahwa kecantikan BeautyMovesYou merupakan salah satu langkah kepercayaan diri seorang wanita pada saat ia ada di depan umum. Bagaimana seorang wanita bisa pede dengan dirinya sendiri, serta wanita bisa dengan bebas untuk mengexpresikan dirinya sendiri. serta peneliti melihat bagaimana kemampuan seorang wanita menggunakan alat make up untuk menambah serta membantu

untuk menambah kepercayaan dirinya. Kemudian Informan kedua memberikan jawaban menurutnya kecantikan BeautyMovesYou merupakan kecantikan yang memberikan dan melakukan gerakan perubahan serta mampu untuk berxpresi diri sesuai agar kecantikanya terpancar . Berikut penjelasan Informan II:

“Kalau yang saya lihat BeautyMovesYou itu perubahan dari wanita, kepercayaan diri, ekspresi diri bagaimana wanita bisa menampilkan kecantikanya gitu sih” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 ,Mei 2022)

Dari penjelasan Informan II peneliti dapat menjelaskan bahwa kecantikan BeautyMovesYou merupakan kecantikan yang lebih mengedepankan dengan gerakan perubahan yang membawa dampak yang positif untuk lingkungan serta mampu berani mengambil langkah untuk melakukan pergerakan tersebut. Dari penjelasan informan kedua juga dapat dilihat bahwa kemampuan wanita untuk mengexpresikan dirinya menjadi salah satu point yang penting untuk membuat dirinya semakin terlihat cantik. Informan II mengatakan bahwa kecantikan BeautyMovesYou adalah kecantikan yang membawa perubahan. Berikut penjelasan dari Informan III:

“Menurut saya arti dari BeautyMovesYou sendiri adalah kamu cantik dengan membuat perubahan di lingkungan sekitar itu saja” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Dari penjelasan Informan III peneliti dapat menjelaskan mengenai arti kecantikan BeautyMovesYou. Kecantikan merupakan salah satu hal yang paling penting dengan adanya kecantikan yang membawa perubahan yang positif untuk lingkungan dan komunitas masing-masing, memfokuskan kecantikan dengan apa yang ia lakukan untuk membawa perubahan untuk lingkungannya.

Dari penjelasan ketiga Informan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kecantikan BeautyMovesYou yang memiliki makna yang sama dari ketiganya, yaitu kecantikan yang membawa perubahan untuk diirinya sendiri serta berdampak juga yang baik untuk lingkungan. Serta kepercayaan diri serta kemampuan wanita untuk bisa mengexpresikan dirinya sendiri di depan banyak orang.

Pertanyaan kedua mengenai setuju atau tidaknya jika seorang wanita dapat dikatakan cantik dengan memiliki kulit yang putih. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan memberikan jawab yang kurang lebih hampir sama tapi dengan sudut pandang dan fokus yang berbeda. Informan I lebih memiliki sudut pandang bahwa warna kulit wanita sangat beragam sesuai tinggal bagaimana mereka menampilkannya di depan umum, Informan II memiliki sudut pandang yang sama bahwa warna kulit bukanlah hal yang utama, sedangkan Informan II fokus bahwa putih cantik tapi bukalah hal yang utama. Berikut penjelasan Informan I :

“Untuk pertanyaan ini saya kurang sependapat karena wanita dengan segala bentuk fisik ataupun warna kulitnya bisa terlihat cantik sesuai dengan dirinya sendiri bagaimana ia merepresentasikan dirinya di depan banyak orang, karena gak selamanya cantik dilihat dari luar namun dari dalamnya juga. Cantik juga tak harus putih bahkan ada orang yang berkulit gelap bisa terlihat manis dan cantik” (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Dari penjelasan Informan I peneliti dapat melihat setuju atau tidaknya bahwa kecantikan harus dinilai dari warna kulit yang putih. Dapat dikatakan bahwa kecantikan wanita sangat beragam sehingga tidak pantas hanya menjadi standart putih saja, semua tergantung dengan bagaimana wanita itu merepresentasikan dirinya di depan banyak orang. Informan kedua mengatakan ketidaksetujuan bahwa warna kulit bukalah point penting berikut penjelasan Informan II :

“Kalau itu kurang setuju kita gak bisa lihat cantik itu dari warna kulitnya saja, bisa jadi kita melihat dari kepribadian dan apa yang dia lakukan sehinggakan membuat terlihat lebih Cantik” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Dari penjelasan Informan II peneliti dapat mengatakan bahwa setuju atau tidaknya kecantikan haruslah putih. Peneliti dapat melihat bahwa menjadi cantik tak selamanya harus memiliki warna kulit yang putih tapi cantik juga harus memiliki sikap serta pembawaan diri yang baik. Bagaimana pribadi mereka, karena pribadi yang baik akan membuat terlihat jauh lebih cantik. Informan III mengatakan bahwa tidak setuju dengan cantik haruslah memiliki kulit yang putih. Berikut merupakan penjelasan Informan III:

“Sebenarnya untuk pertanyaan ini saya kurang setuju apalagi untuk warna kulit memang pada dasarnya warna putih diartikan sebagai anggun dan suci namun tidak kepada seseorang yang berkulit gelap. Karena cantik itu lebih menenankan kepada sikap atau pembawaan diri orang tersebut seperti itu “(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Dari penjelasan Informan III peneliti dapat menjelaskan setuju atau tidaknya wanita cantik haruslah memiliki kulit yang putih. Peneliti melihat bahwa kecantikan tidaklah harus putih memang pada dasarnya warna putih memiliki arti yang baik dan cantik namun dengan kondisi Indonesia yang bergama warna kulit gelap pun akan terlihat cantik serta semua kembali kepada sikap serta pembawaan diri mereka.

Dari penjelasan ketiga Informan dapat disimpulkan bahwa kecantikan bukan diukur dengan warna kulit mau warna kulit apa pun memiliki keindahan dan pesonanya sendiri sendiri. Kecantikan yang paling baik adalah bagaimana sikap serta pembawaan diri mereka di depan banyak orang ketiga informan memiliki pandangan yang cukup sama bahwa kecantikan tak harus putih namun warna kulit yang gelap juga bisa terlihat cantik.

Pertanyaan ketiga mengenai setuju atau tidaknya mereka jika wanita yang semakin putih semakin cantik, ketiga informan memiliki jawaban yang kurang lebih sama dengan sudut pandang yang berbeda. Informan satu dan dua tidak setuju serta lebih mengedepankan mengekspresikan diri serta sikap. Berikut penjelasan Informan I :

“Tentu tidak setuju (melakukan gerakan tangan) karena mau berkulit apa pun akan terlihat cantik tergantung dengan wanita yang melakukan pergerakan dan memaksimalkan kecantikan dalam dirinya, kaya gitu” (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Dari penjelasan Informan I peneliti dapat melihat setuju atau tidaknya jika semakin putih semakin cantik. Peneliti melihat bahwa kecantikan bukan hanya sekedar warna kulit saja namun bagaimana mereka memaksimalkan fisik mereka serta bisa percaya diri serta pede untuk tampil di depan banyak orang. Informan kedua menjawab tidak setuju karena menurutnya cantik tidak lah harus semakin putih, berikut penjelasan informan II:

“Kalau untuk itu kurang setuju sih ya, seperti yang sudah saya sampaikan tidak bisa melihat dari warna kulitnya saja. Tapi gimana cara dia mengekspresikan diri bentuk kecantikannya, mungkin orang kulit hitam pun bisa ya cara dia mengekspresikan dari

berbagai sisi dan bentuk untuk menampilkan kecantikannya”(Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Dari penjelasan peneliti melihat bahwa kecantikan tidaklah punya ukuran apa pun, kecantikan bukan hanya soal putih saja namun sangatlah luas. Wanita yang memiliki kulit yang gelap pun akan terlihat cantik jika mereka percaya dengan dirinya selain itu mampu untuk mengexpresikan dirinya di depan banyak orang memaksimalkan segala bentuk serta sisi untuk menampilkan kecantikannya. Informan kedua setuju namun ada beberapa point yang ia sesuaikan. Berikut penjelasan dari Informan III:

“Tadi dengan jawaban yang sebelumnya lebih mengdepankan sikap dan pembawaan, saya setuju dengan putih cantik tapi warna gelapun juga cantik , tapi tidak setuju dengan semakin putih semakin cantik karena semakin putih semakin cantik hanya menjadi standar dapat dilihat dari kasat mata tapi menurut saya balik ke sikap yang baik”(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Dari penjelasan informan ketiga peneliti dapat melihat bahwa kecantikan memang bisa di nilai dari warna kulit tapi yang paling utama adalah bagaimana mereka seorang wanita bisa membawa serta tahu tempat untuk menempatkan kecantikan di tempat umum, serta tahu bagaimana mereka harus bersikap kepada orang lain. Selain itu warna kulit gelap pun bisa menjadi cantik jika bisa membawa dirinya dengan jika terus menilai denga warna kulit maka akan hanya menjadi standart saja.

Dari penjelasan ketiga informan semua memiliki arti yang sama yaitu tidak setuju dengan semakin putih akan semakin cantik karena dengan warna kulit apa pun bisa terlihat serta beragam akan terlihat cantik tergantung dengan bagaimana kita menampilkan saja. Kecantikan juga bukan sekedar warna kulit tapi bagaimana mereka bersikap dengan baik dan sopan. Informan I dan II lebih memfokuskan kepada warna kulit yang beragam sedangkan Informan III setuju namun adanya penyesuai terhadap beberapa point seperti sikap mereka serta mampu mengexpresikan diri.

Pertanyaan keempat setuju atau tidaknya mereka jika seorang wanita rela menghabiskan banyak uang untuk terlihat jadi lebih cantik. Ketiga Informan memiliki pandangan yang sama namun bagaimana cara mereka menyampaikan saja yang berbeda. Ketiga informan setuju mereka fokus dengan

dirinya sendiri serta tidak merugikan orang banyak. Berikut merupakan penjelasan dari Informan I :

“setuju saja asal memang wanita tersebut sudah mempunyai materi untuk melakukan hal tersebut seperti mempercantik diri sendiri kenapa enggak” (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Dari penjelasan Informan I peneliti dapat melihat bahwa setuju dengan aktivitas konsumtif yang dilakukan oleh wanita untuk mempercantik dirinya sendiri. Selain itu selama wanita tersebut mempunyai uang dari penghasilan sendiri tidak ada salahnya karena memang terkadang perlu sedikit usaha untuk membuat wanita terlihat lebih cantik. Informan kedua mengatakan bahwa setuju dengan pernyataan wanita yang rela menghabiskan uang untuk terlihat cantik. Berikut penjelasan dari Informan kedua :

“Setuju sih memang kadang cantik membutuhkan perawatan juga, selagi dia memiliki uang dan tidak merugikan orang lain” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Dari penjelasan Informan kedua peneliti melihat bahwa setuju dengan wanita yang rela mengeluarkan banyak uang untuk terlihat lebih cantik. Selama wanita tersebut mengeluarkan uangnya dari kantong sendiri serta tidak merugikan orang lain. Selain itu memang terkadang untuk terlihat lebih cantik harus mengeluarkan uang sedikit banyak uang. Informan ketiga mengatakan setuju dengan pernyataan wanita menghabiskan uang untuk jadi lebih cantik namun ia juga mengatakan jika mengeluarkan uang untuk membantu akan jadi lebih cantik. Berikut penjelasan dari Informan ketiga :

“Saya sih setuju aja sih selagi tidak memaksakan kondisi keuangannya, atau dengan kata lain sudah siap keluar uang untuk merawat dirinya, lagi pula juga a merawat dirinya untuk dirinya sendiri gak masalah, apabila ditambah mau keluar uang untuk berbagi kepada orang lain” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Dari penjelasan Informan Ketiga peneliti melihat bahwa ia setuju dengan wanita yang menghabiskan banyak uang untuk menjadi cantik. Karena memang dasarnya wanita perlu sedikit usaha untuk terlihat lebih cantik. Selagi uang yang dikeluarkan bukan dari orang lain serta tidak merugikan orang lain tidak masalah. Ditambah jika uang tersebut dipakai untuk membantu kepada sesamanya akan jadi lebih cantik.

Dari penjelasan ketiga Informan mengenai iklan femvertising ketiga informan mengatakan bahwa mereka cukup adanya perubahan dalam iklan yang menggambarkan wanita yang biasanya menampilkan fisik namun tidak dengan Wardah. Ketiga informan mengatakan bahwa iklan Wardah memperlihatkan bagaimana seorang wanita juga memiliki aksi yang untuk melakukan perubahan serta berani untuk melakukan dan mengambil keputusan untuk melakukan perubahan. Iklan femvertising masih belum banyak yang menyadari iklan mereka tahu bahwa kecantikan beragam namun tidak tahu sebutan iklan tersebut

4.2.3. Posisi Pemaknaan Khalayak

Analisis resepsi merupakan ilmu yang memiliki pendekatan baru dengan memiliki fokus kepada khlayal yang mengkonsumsi media. Menurut Fiske khlayak merupakan seseorang yang berupaya untuk mencari makna dari pesan yang disampaikan oleh media. Khlayak disini haruslah aktif dalam menerima pesaan serta terpaan dari media. Tidak dapat dikatakan khlayak jika mereka pasif dalam menerima pesan dan terpaan media massa.

Analisis Resepsi merupakan ilmu baru dalam dunia teori komunikasi dengan tujuan untuk menjelaskan wacana dalam sosial. Menurut (Adi 2012) menjelaskan bahwa analisis resepsi digunakan sebagai salah satu studi khlayak untuk mengkaji secara lebih mendalam dengan melalui proses wacana secara mendalam. Dengan salah satu caranya melihat bagaimana budaya yang ada di dalam khlayak tersebut. Dapat dikatakan bahwa khlayak disini memiliki peran sebagai penerima pesan, dengan berperan aktif dalam menerima pesan seperti memberikan saran dan kritik melalui media dapat berupa foto atau gambar.

Resepsi berasal dari bahasa latin dan bahasa inggris. Kata latin (*recipere*) serta bahasa inggris (*reception*) yang dapat artikan secara umum sebagai penerimaan atau pembawaan pesan dari seorang pembaca atau penikmat media. Sedangkan jika dimaknai secara luas dapat memiliki arti sebagai pemberian dan pengolahan teks dari apa yang ditayangkan dari media sehingga nantinya akan memberikan respon terhadap pesan tersebut. Pesan memiliki keunggulan dalam proses pemaknaan dimana pembaca akan terpengaruh dengan apa yang

disampaikan oleh media. Resepsi memiliki fokus kepada teks dari media. Stuart Hall mengatakan pemaknaan akan berbeda bagi setiap orang.

Stuart Hall dalam studinya mengenai analisis resepsi memiliki fokus utama adalah bagaimana makna yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim pesan bisa diterima dan dapat dijadikan hal yang unik bagi penerima pesan tersebut. *Encode* yang diterima haruslah secara sadar dan tanpa adanya paksaan. Nantiya akan terbentuk tiga posisi dari penerima pesan seperti : *dominant hegemonic position, negotiated positions, dan oppositional positions*.

Kode yang disampaikan melalui media (encode) akan disambut balik oleh si penerima pesan (decode). Pesan yang diterima tidak selamanya simetri atau sejalan namun kembali kepada penerima pesan serta pengalaman dan budaya menjadi salah satu faktornya. Menurut Stuart Hall mengatakan bahwa posisi khalayak dibagi ke dalam tiga jenis, sesuai dengan dalam bukunya Morrison (2012). Berikut merupakan tiga jenis posisi penerima encode :

1. *Dominant Hegemonic Positions*

Posisi ini merupakan posisi dimana si penerima pesan memiliki persepsi yang sama dengan apa yang disampaikan oleh media. Khalayak benar benar menerima makna dan pesan yang disampaikan oleh media tersebut dengan kata lain penerima sepakat dengan pesan dalam media. Stuart Hall menambahkan "*the media produce the message ;the masses consume it. The audience reading coincide with preferred reading*". Penelitian ini memiliki preferred reading Kecantikan Beauty Moves You "Cantik membawa perubahan"

2. *Negotiated Positions*

Posisi ini merupakan posisi si penerima pesan menerima pesan yang disampaikan dari media secara dominant namun ada beberapa penyesuaian dalam dirinya sebelum menerima pesan tersebut secara utuh. Artinya akan menolak jika dijalankan jika tidak sesuai dengan budaya yang di pegang oleh penerima. "*The audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case*"

3. *Oppositional Positions*

Dalam posisi ini penerima pesan tidak memiliki persepsi yang sama dengan media serta pesan yang disampaikan. Khalayak memiliki

pemikiran serta pemaknaan yang bertentangan dengan apa yang disampaikan oleh media, secara penuh penerima akan menolak pesan dari media.

Dalam penelitian ini dengan menggunakan iklan Wardah edisi BeautyMovesYou menghasilkan preffed reading “cantik membawa perubahan” . penelitian ini menghasilkan posisi dua orang yang dominant artinya penerima pesan sepakat dan selaras dengan pesan dari media, dan satu informan yang berposisi negoisasi artinya penerima pesan menerima secara ideologi namun akan memikirkan kembali sebelum secara utuh dengan kata lain penerima akan menyesuaikan dengan budaya dan pengalaman yang ia yakini.

Penelitian ini memang mengasilkan dua informan yang ada di dalam posisi dominant hegemonic positions dan satu negoitated positions. Namun tetap saja ketiganya tetap ada di dalam dominant hegemonic positions. Secara pengalaman dan budaya ada beberapa pesan yang disesuaikan oleh penerima pesan. Dengan kata lain penerima pesan dapat disesuaikan dengan keadaan yang sesuai dengan kondisi si penerima pesan. Baik secara pengalaman ataupun budaya yang ia anut.

Penerimaan pesan secara dominant hegemonic code positions (preffed reading) merupakan teks atau pesan yang dibentuk serta disampaikan melalui pesan media. Dalam penelitian ini penerima pesan dalam iklan Wardah #BeuatyMovInesYou dengan menerima pesan berupa “cantik membawa perubahan.

Sebagaimana yang disampaikan oleh ketiga informan mengenai kecantikan yang disampaikan dalam iklan Wardah dengan edisi #BeuatyMovesYou dengan memiliki pesan bahwa cantik membawa perubahan untuk lingkungan serta berani mengambil keputusan. Dengan informan pertama yang mengatakan bahwa perubahan akan mampu megubah cara pandang seseorang mengenai cantik itu sendiri. berikut penjelasan dari informan pertama :

“Dari yang saya tangkap jika wanita itu mau terlihat cantik harus mampu memberikan gerakan perubahan kaya gitu sih. Menurut saya sudah tergambar sih, karena produk yang dijual juga menggunakan green beuaty sehingga bisa membantu menjaga lingkungan jadi juga sudah sesuai dengan tagline kan” (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti dapat menjelaskan bahwa informan satu mengatakan bahwa ia setuju dengan apa yang disampaikan oleh media. Dimana ia melihat bahwa kecantikan bukan hanya sekedar makna fisik yang diambil namun lebih dari itu. Bagaimana wanita bisa memberikan perubahan untuk lingkungan serta komunitasnya. Wardah juga mengamplakan peran wanita yang melakukan pergerakan dan informan sepakat serta selaras bahwa wanita memang tidak bisa kita nilai dari fisiknya banyak point yang membuat wanita itu menjadi jauh lebih berharga dibanding hanya menilai dari penampilan semata. Informan kedua mengatakan da sepakat dengan iklan dimana bahwa memang seharusnya wanita tak hanya mengandalkan fisik Berikut penjelasan dari informan kedua :

“Kalau yang saya lihat BeautyMovesYou itu perubahan dari wanita, kepercayaan diri, ekspresi diri bagaimana wanita bisa menampilkan kecantikannya gitu sih, Sudah sangat sesuai dari isi pesan cantik membawaperubahan memang harus seperti tak hanya cantik tapi juga melakukan dan peduli dengan lingkungan dan alam” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Dari penjelasan diatas peneliti melihat bahwa informan kedua selaras dan sepakat dengan apa yang disampaikan oleh teks media. Kecantikan bukan hanya fisik saja namun bagaimana ia bisa merepresentasikan dirinya di depan banyak orang selain itu kecantikannya juga dibentuk dengan kepercayaan diri mereka serta bagaimana mereka mengexpresikan diri. Kecantikan juga seharusnya bisa dimanfaatkan untuk melakukan perubahan untuk peduli dengan lingkungan dan juga alam dengan ikut serta menjaga dan tidak merusak apa yang sudah ada di alam. Informan ketiga berada dalam negotiated position dengan mengatakan bahwa point kecantikan ada faktor fisik yang membantu, namun ada beberapa penyesuaian. Berikut penjelasan dari informan ketiga:

“Menurut saya arti dari BeautyMovesYou sendiri adalah kamu cantik dengan membuat perubahan di lingkungan sekitar itu saja Kalau dari pesan yang disampaikan sudah tersampaikan dengan baik ditambah dengan audiovisual dengan menggambarkan wanita wanita yang berjuang yang membuat perubahan dalam iklan sudah tergambarkan” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas informan ketiga berada dalam posisi negotiated code positions ia menerima secara ideologi. Namun ada beberapa penyesuaian yang dilakukan olehnya sesuai dengan pengalaman yang ia rasakan

Kecantikan dapat dilihat secara kasat mata dengan hanya melihat fisik mereka namun ia mengatakan wanita akan jauh lebih cantik jika ia melakukan perubahan namun tetap point kecantikan fisik bisa menjadi penilaian dasar sebelum ia melihat lebih jauh dengan mengenal sikap dan kebiasaan wanita.

Ketiga informan secara ideologi sama dan setuju dengan pesan yang disampaikan dalam iklan Wardah #BeautyMovesYou dimana kecantikan memang tidak bisa kita nilai dari fisiknya saja namun dapat kita nilai dengan berbagai aspek yang dimiliki oleh wanita. Seperti faktor aksi atau gerakan apa yang ia lakukan untuk menciptakan perubahan yang berdampak baik bagi lingkungan sekitarnya. Selain itu kecantikan tidak ada ukuran yang pasti jadi akan berbeda bagi setiap orang. Perbedaan ini disebabkan adanya perbedaan pengalaman dan budaya.

Pada pertanyaan selanjutnya mengenai apakah anda sebagai laki-laki melihat seorang wanita dari fisik dahulu atau personality. Ketiga informan memiliki pandangan yang berbeda sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan. Informan mengatakan bahwa fisik juga hal yang penting namun bukanlah hal yang utama banyak tapi gerakan yang ia lakukan untuk sekitarnya akan membuatnya jauh lebih cantik. Berikut penjelasan informan pertama:

"Kalau menurut saya fisik juga penting tapi akan jauh lebih cantik jika dia bisa melakukan perubahan seperti menjaga alam dan lautan, kenapa enggak dia berani melakukan perubahan intinya berani sih"(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022

Bedasarkan penjelasan diatas bahwa kecantikan memang point pertama dalam melakukan penilaian terhadap wanita. Pada pesan ini informan berada dalam negoitated dimana merasa ada beberapa konsep yang harus disesuaikan dulu sebelum diterima secara utuh. Salah satunya terdapat dalam point aksi atau gerakan yang dilakukan oleh wanita dengan membantu lingkungan seperti menjaga lautan dengan tidak merusak karang yang di laut serta ikut membersihkan sampahh sampah yang ada di alam sekitarnya. Informan kedua mengatakan bahwa ketika ia melakukan perubahan kecantikanya bertambah. Berikut penjelasan informan kedua:

Itu bisa jadi sudah cantik dia melakukan perubahan untuk lingkungan bisa menjadi bertambah"(Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti melihat apakah wanita bisa dinilai dari fisiknya saja atau ada point lainnya. Kecantikan fisik memang menjadi modal awal dalam seorang wanita dinilai, namun ada banyak point penting lainnya dalam seorang wanita. Salah satunya adalah dengan melakukan perubahan perubahan yang berdampak untuk lingkungan sekitar akan membuatnya menjadi jauh lebih cantik. Informan ketiga mengatakan fisik memang penting namun jika memiliki sikap yang jelek akan terlihat jelek juga. Berikut penjelasan informan ketiga:

“Cantik fisik yaitu bisa dinilai cantik bisa dinilai dari fisik saja, tapi kalau misal pembawaan sikap tidak mencerminkan dirinya cantik maka tidak akan cantik” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti melihat mengenai apakah wanita bisa dinilai dari fisik saja atau ada faktor lain untuk dinilai cantik. Kecantikan fisik hanya dinilai dari fisik saja tidak ada hal yang pasti karena bagi sebagian orang akan berbeda. Namun lain dengan sikap dan pembawaan diri jika pembawaan diri wanita kurang maka ia akan terlihat tidak cantik. Karena sikap dan pembawaan diri seorang wanita merupakan salah satu bagian yang paling penting.

Ketiga informan memiliki pandangan yang sama mengenai fisik dulu atau personality dulu. Ketiga selaras menjawab bahwa memang penting fisik seorang wanita karena bisa menjadi hal pertama dilakukan dan dilihat dari seorang wanita. Namun ada beberapa penyesuaian dari informan ketiga dimana mengatakan bahwa kecantikan dulu baru bisa melakukan perubahan seperti memang fisik point pertama tapi ada banyak aspek dari wanita yang bisa dinilai bukan hanya fisiknya saja tapi pemikiran dia, sikap dia, bagaimana ia bisa menempatkan dirinya di depan banyak orang. Karena jika fisik saja tapi tidak memiliki kepribadian atau kepintaran maka akan terlihat sia-sia saja wanita yang fisiknya cantik.

Tabel 4.2.3. Posisi Pemaknaan Khalayak

Deskripsi	Ricky Martin (Informan 1)	Rizqi Ananda (Informan 2)	Alrian Raka (Informan 3)
Posisi	Dominant	Dominant	Negotiated
Kutipan	Kecantikan Wanita yang paling penting adalah bagaimana sikap ia di depan orang dan membawa perubahan 2001	Kecantikan yang paling baik adalah kecantikan yang membawa dampak baik untuk sekitarnya	Kecantikan berasal dari fisik namun bukan berarti yang kurang tidak bisa cantik namun dengan fisik yang baik akan lebih mudah membuat perubahan

4.2.4. Pengaruh Konteks dan Demografi Khalayak Pada Pemaknaan Pesan Iklan Wardah #BeautyMovesYou

Budaya berasal dari bahasa sansekerta yaitu buddayah yang dimana merupakan bentuk jamak dari kata budhi (akal dan budi) yang memiliki arti dari sikap akal dan perilaku manusia. Kebudayaan juga sering disebut dalam bahasa inggris culture yang memiliki arti mengelolah tanah air atau bertani yang bermakna menjunjung tinggi kebudayaan yang berada di pijakan. Kebudayaan merupakan salah satu tata cara manusia untuk melakukan kehidupannya yang di anggap lebih tinggi untuk dipercayai.

Etnis atau suku merupakan satu kesatuan membentuk manusia dalam kehidupan sosial yang dibedakan dengan bahasa. Dengan kata lain etnis merupakan sekelompok manusia yang berada dalam lingkungan sosial yang diperkuat oleh bahasa dan menjadikannya sebagai identitas sosial. (Koenjaningrat: 2011). Etnis dan budaya juga dapat meliputi warna kulit juga meliputi kepercayaan yang dianut.

Dalam pemaknaan suatu tayangan atau pesan yang berasal dari media banyak aspek yang membuat berbeda mulai dari gender, agama, budaya dan

pengalaman semua kembali kepada diri masing-masing individu. Salah satunya budaya dan etnis yang masing-masing miliki akan berbeda bagi setiap orang. Dalam penelitian ini peran budaya yang dimiliki oleh masing-masing informan akan sangat berpengaruh terhadap pemaknaan dari pesan media.

Pertanyaan pertama mengenai apakah pada budaya masih memandang perempuan memiliki posisi yang berbeda dengan laki-laki dimana. Informan pertama mengatakan bahwa dalam budaya yaitu chinesis memandang wanita sebagai sama dengan memiliki peran yang sama dengan laki laki. Berikut penjelasan informan pertama :

Dalam keluarga saya yang berada dalam budaya chinesis memiliki pandangan yang sama mengenai perempuan dimana perempuan memiliki peran yang sama dengan laki-laki tidak ada yang tinggi atau pun rendah semua sama asalkan tidak melanggar norma yang ada.(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Berdasarkan penjelasan diatas informan satu mengatakan bahwa semua wanita sama dan tidak adanya rendah atau tingginya posisi. Semua dianggap sama dengan budaya yang mereka miliki. Informan kedua mengatakan bahwa perempuan sangat dimuliakan sesuai dengan etnis budaya sumatra barat yang ia miliki. Berikut penjelasan informan kedua :

Engga si, kebetulan saya ini ada darah sumatera barat yaa, perempuan itu melambangkan tingginya peran dan memiliki kedudukan yang tinggi, biasa nya si seingat saya yaa sebutan nya sumarak anjuang nan tinggi yang melambangkan bahwa perempuan itu punya kehormatan dan kemuliaan, perempuan juga tidak hanya menjadikan dia sebagai hiasan dalam bentuk fisik aja tapi juga dari kepribadiannya sebagai seorang perempuan (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

berdasarkan penjelasan diatas informan kedua mengenai apakah posisi wanita dibawah pria atau tida mengatakan tidak. Perempuan pada budaya dianggap melambangkan kemuliaan karena memiliki kehormatan yang harus dijaga. Sehingga posisi wanita sama dengan pria sehingga wanita juga dipandang dai hal yang lain yang ia miliki. Informan ketiga mengatakan wanita juga memiliki peran yang penting dalam mengurus keluarga sehingga harus di junjung tinggi berikut penjelasan informan ketiga :

Kalau di suku saya jawa sih engga ya, karena dalam ajaran suku saya wanita itu dimuliakan dan wanita malah ikut berperan banyak dalam keluarganya. Misalkan seperti jadi petani, pedagang yg notabena sebenarnya itu pekerjaan berat tapi orang jawa memiliki watak pekerja keras terutama wanita. Jadi itu yg membuat tidak ada yg dibawah mereka antara wanita dan pria memang ada porsi nya masing"(Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan informan ketiga mengenai apakah posisi dibawah pria atau tidak mengatakan tidak karena pada dasarnya peran yang dimiliki oleh wanita sama dengan kata lain tidak ada yang diatas atau dibawah semua menjalankan peran yang sesuai dengan porsinya masing-masing.

Ketiga Informan memiliki pengaruh dalam budayanya masing-masing ada yang berepndapat bahwa kedudukan laki-laki dan wanita sama sehingga semua dapat menjalankan tugasnya dengan sesuai. Namun informan ketiga mengatakan bahwa sebenarnya peran wanita dan laki-laki tidak sama namun bukan berarti wanita dibawah laki-kaki namun semua berjalan sesuai dengan porsinya masing-masing.

Pertanyaan kedua mengenai apakah kecantikan wanita yang ada di suku dan budaya mereka sama dengan kecantikan yang digambarkan oleh iklan wardah #BeautyMovesYou. Informan pertama mengatakan sesuai karena memang pada budaya ia wanita diwajibkan untuk mandiri dan tidak boleh bermalas-malasan. Berikut penjelasan Informan pertama:

Kalau di keluarga saya semua wanita harus memiliki peran dalam hidupnya gak boleh malas-malasan dimana sesuai sama iklan wardah yang menggambarkan bahwa wanita harus memiliki peran yang nantinya akan berdampak positif (Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas mengenai apakah budaya sesuai dengan iklan yang di saksikan, informan mengatakan bahwa sesuai dimana dalam budaya semua wanita harus punya peran atau melakukan hal yang memiliki dampak yang baik. Informan kedua mengatakan bahwa budayanya lebih menenkan kepada sikap bagaimana ia bisa menjaga sikap dan bisa membawa dirinya sesuai dengan batas batas yang ada. Berikut penjelasan informan kedua :

menurut saya sama si yaaa, di suku saya kalo cantik tidak hanya dari bentuk fisik aja tapi kan yang paling terlihat yaa jelas dari kepribadiannya yang paling utama, jadi bisa

di bilang sama karena cantik gak bisa di bilang dari fisik aja tapi dia yang bisa membawa perubahan juga (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

bedasarkan penjelasan diatas mengenai apakah kecantikan dalam etnis dan budayanya sama dengan apa yang digambarkan oleh iklan wardah menurutnya sama dan sesuai dengan iklan dimana perempuan akan jauh lebih cantik jika ia bisa memiliki sikap dan kepribadian yang baik. Informan ketiga mengatakan bahwa yang point fisik tetap ada namun tentu juga harus memiliki sikap yang dan pembawaan diri yang baik. Berikut penjelasan informan ketiga :

Kalau dalam suku Jawa sih, cantik itu ya sikap dari wanita itu sendiri paling utama. Kalau masalah warna kulit suku jawa tidak mandang itu. Dan sama tau tidak dengan iklan wardah sih menurut saya sama, karna disana ada wanita gigih dalam melakukan sebuah pergerakan untuk memajukan lingkungan sekitarnya terutama. (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan informan ketiga mengatakan bahwa kecantikan yang digambarkan sesuai dengan budayanya namun point fisik bukalah yang utama namun tetap ada sisi baiknta. Tapi wanita juga harus memiliki sikap dan membawa perubaghan untuk ingkungan terdekatnya Pertanyaan mengenai bagaimana keluarga memberikan pengaruh kepada informan untuk menyikapi suatu tayangan dan pesan dari media. Bagaimana cara keluarga memberikan pengertian mengenai wanita dan kecantikan. Informan pertama mengatakan bahwa kecantikan dan wanita merupakan hal yang harus dijaga karena di ibaratkan seperti menjaga orang tua. Berikut Informan Pertama:

'kalau dalam ajaran keluarga wanita di ibaratkan seperti ibu sehingga harus kita jaga selayaknya orang tua dan mengajrkan bahwa semua wanita itu cantiktergantug bagaimana mereka bersikap di depab orang lain''(Martin, Hasil Wawancara, 27 April 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas peneliti mengenai apakah ada ajaran orang tua yang berpengaruh dalam memaknai kecantikan ada dimana menurutnya semua wanita itu sama tergantung dengan sikap mereka. Informan kedua mengatakan bahwa wanita harus di hormati dan di jaga serta melihat kata kecaantikan dengan apa yang ia lakukan untuk orang banyak. Berikut penjelasan informan kedua :

“Kalau dalam keluarga harus mampu untuk menghargai kepada sesama manusia khususnya sih wanita, untuk kecantikan sih biasanya melihat dari bagaimana mereka bersikap dan pembawaan diri mereka” (Ananda, Hasil Wawancara, 16 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan diatas mengenai adakah pengaruh dalam memaknai kecantikan dan wanita. Informan mengatakan bahwa sesama manusia harus saling menghargai satu dengan lainnya apalagi perempuan dan untuk kecantikan semua kembali kepada pembawaan diri mereka di depan banyak orang dengan begitu akan terlihat cantik dengan sendirinya. Informan ketiga mengatakan bahwa kecantikan dan wanita merupakan point yang berhubungan dimana untuk bisa melakukan perubahan atau sikap yang baik perlu dengan fisik yang baik bukan berarti harus cantik namun pas. Berikut penjelasan dari informan ketiga :

“Menurut saya hal yang biasa diartikan kepada saya bahwa sesama manusia harus menghormati satu sama lain, namun kecantikan hal yang pertama dinilai adalah penampilan yang baik sehingga fisik menjadi hal penting gak penting” (Raka, Hasil Wawancara, 17 Mei 2022)

Bedasarkan penjelasan informan bahwa kecantikan fisik lebih dinilai oleh orang banyak sehingga menjadi hal yang perlu di katakan sebagai hal pertama yang dimiliki oleh wanita. Namun dalam ajaranya setiap manusia harus saling menghargai dan menghormati satu sama lain apalagi wanita yang memang harus dijaga dengan baik.

Bedasarkan penjelasan diatas keluarga menjadi salah satu hal yang penting dalam memberikan pemaknaan dalam pesan dan media. Ketiga berpendapat bahwa apa pun dan dimana asal kamu harus tetap saling menghargai satu sama lainnya. Untuk kecantikan semua kembali kepada sikap dan pembawaan diri, namun ada juga yang berpendapat bahwa semua kembali ke hal yang pertama di nilai yaitu fisik kembali kepada pengalaman informan masing-masing.

Pemaknaan yang dihasilkan oleh ketiga informan ada pengaruh dari budaya dan ertnis yang mereka anut. Dimana masing-masing budaya menjelaskan bahwa kecantikan wanita bukan hanya dipandang sebagai kecantikan fisik saja namun bagaimana mereka bisa memiliki peran yang baik

terutama untuk lingkungan sekitar. Serta dalam budaya mereka mengatakan bahwa kedudukan wanita sama dengan pria, namun ada budaya yaitu Jawa yang memiliki peran bahwa wanita tidak sama dengan pria namun bukan berarti dibawah pria melainkan menjalankan sesuai dengan perannya masing-masing antara laki-laki dan wanita.

Tak hanya point budaya namun bagaimana cara sosialisasi keluarga juga turut membantu bagaimana mereka memaknai pesan yang disampaikan dalam media dimana ketiga informan mengatakan bahwa apa yang diajarkan oleh keluarga menjadi hal yang penting. Seperti point untuk saling menghargai sesama manusia dan bisa menjaga sesama khususnya wanita yang bisa diibaratkan menjaga orang tua layaknya ibu sendiri. point kecantikan berbeda untuk setiap informan namun kedua informan mengatakan tergantung kepada sikap dan pembawaan diri untuk informan ketiga mengatakan ada point pertama yang pasti dinilai oleh orang yaitu penampilan. Pada point agama dan gender tidak ada mereka memaknai kepada pengalaman dan ajaran sosialisasi keluarga masing-masing. Keluarga yang menjadi point penting dalam proses pemaknaan Informan. Ajaran dan bagaimana cara berkomunikasi orang tua dan anak menjadi sangat penting.