

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memerlukan referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat membantu proses penelitian. Tujuan dari adanya penelitian terdahulu ini guna untuk menjadi acuan dalam proses penelitian dan menghindari adanya praduga plagiarisme. Oleh karena itu, ada dua jurnal penelitian terdahulu yang dijadikan referensi peneliti. Yaitu sebagai berikut:

A. Representasi Pornografi dalam Film Jan Dara (2018)

Penelitian ini membahas tentang representasi pornografi dari sebuah film yang berjudul Jan Dara. Dalam penelitian tersebut, peneliti menyadari bahwa dalam pembuatan sebuah film Teknik pengambilan gambarnya memiliki makna-makna sendiri. Bagaimana dalam pengambilan gambarnya itu, perempuan dalam film tersebut dijadikan sebagai objek untuk memenuhi Hasrat penonton dengan memperlihatkan bentuk tubuh dan seksualitas untuk kesenangan *visual* mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memberikan data-data yang lengkap dengan berfokus pada perilaku menyimpang dan mengandung unsur pornografi dari karakter tokoh tersebut untuk mendapatkan kepuasan. Konsep yang dipakai dalam penelitian ini adalah pornografi, seksualitas, analisis naratif dan sinematik, dan psikoanalisis.

Hasil dari penelitian Nia & Panuju (2018) adalah dalam film tersebut, perempuan direpresentasikan sebagai objek sedangkan kamera dalam pengambilan gambar diibaratkan sebagai laki-laki. Dengan Teknik sinematik tersebut, perempuan dikonstruksikan sebagai pembawa makna dan Hasrat bagi pandangan laki-laki. Sehingga, Teknik tersebut digunakan untuk sarana eksploitasi tubuh perempuan bagi para penonton, maupun orang-orang di balik layar.

Jurnal ini digunakan untuk menjadi referensi bagi peneliti karena jurnal ini

menarik dan objek yang diteliti dengan yang akan diteliti oleh peneliti sama yaitu perempuan. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika yang mana mengartikan setiap gambar dan tulisan dalam film tersebut.

B. Mitos Kecantikan Perempuan Ekstra melalui Iklan Nivea “Extra Care for Extra Women” (2021)

Jurnal terdahulu ini membahas salah satu iklan *campaign* dari *brand* kecantikan Nivea. Dalam iklan ini Nivea ingin menyampaikan bahwa semua perempuan Indonesia cantik dengan keunikan mereka masing-masing. Peneliti ingin meneliti tentang mitos kecantikan tersebut. Iklan Nivea tersebut dikhususkan bagi perempuan ekstra. Peneliti ingin mengetahui mitos tersebut, apa yang dimaksud dengan perempuan ekstra tersebut, dan bagaimana iklan tersebut mengemas pesannya. Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes dan pemasaran semiotic Oswald. Objek penelitian dari penelitian ini adalah iklan Nivea itu sendiri, yaitu Extra Care for Extra Women di *platform* Youtube Nivea. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan konsep kecantikan dan menganalisis iklan menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan melihat *sign*, *signifier*, dan *signified*, membagi makna menjadi konotatif dan denotatif.

Hasil dari penelitian ini adalah Iklan Nivea “Extra Women” menunjukkan bahwa setiap Wanita memiliki kelebihan sendiri terlepas dari bentuk fisik dan kekurangannya yang diperlihatkan oleh seorang tokoh karakter dalam iklan tersebut. Nivea ingin merubah cara pandang masyarakat bahwa standar kecantikan membuat para perempuan meragukan dirinya sendiri. Warna, isyarat tangan, gerak tubuh, teks, maupun latar belakang memiliki maknanya sendiri sehingga dapat dimaknai.

Jurnal tersebut menarik untuk dijadikan referensi karena mengangkat isu tentang perempuan yang berkaitan pula dengan standar kecantikan perempuan seperti penelitian terbaru yang akan peneliti lakukan. Bagaimana cara peneliti

terdahulu ini menjabarkan makna-makna dari iklan tersebut sangat menarik. Dengan melihat jurnal terdahulu tersebut, peneliti menemukan kebaruan untuk penelitian selanjutnya adalah objek penelitiannya menjadi film dengan isu yang berbeda dan teori yang berbeda untuk dikaitkan ke realitas sosial.

C. Stereotip Penderita Skizofrenia dalam Film Joker (2021)

Jurnal tersebut membahas tentang bagaimana stereotip yang beredar di masyarakat tentang para penderita *skizofrenia*. Stereotip tentang *skizofrenia* ini semakin diperkuat dengan beredarnya informasi di media massa. Penyebaran informasi kini juga dapat dilakukan lewat film, yang mana dalam pembuatan film tersebut ada pesan yang ingin disampaikan oleh para sutradara dan penulis lewat filmnya.

Banyak mitos-mitos yang beredar tentang *skizofrenia*, maka dari itu jurnal ini berisikan penelitian yang dilakukan oleh si peneliti dengan tujuan untuk mendeskripsikan stereotip yang beredar terkait penderita *skizofrenia* yang digambarkan dalam film Joker. Jurnal ini membahas tentang *skizofrenia* itu sendiri, apa penyebab dan dampaknya sesuai dengan apa yang digambarkan dalam film Joker.

Peneliti berharap dengan penelitian ini, ia dapat memberikan saran dan rekomendasi bagi para praktisi film untuk memberikan gambaran yang baik tentang penderita *skizofrenia* lewat film yang dibuat. Sehingga, film yang dibuat tersebut memberikan fakta yang benar dan tidak semakin menyebarkan mitos negatif di masyarakat. Pada akhirnya pun masyarakat mengerti bagaimana caranya berperilaku kepada para penderita dan tidak semakin memperburuk mental penderitanya.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan metode penelitiannya yaitu metode analisis semiotika Roland Barthes. Objek penelitian ini adalah film Joker itu sendiri yang diproduksi oleh Warner Bros. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara yang mendalam dengan salah satu penonton film Joker dan seorang psikolog di bidang Pusat Pembelajaran

Keluarga (PUSPAGA). Analisis data juga dilakukan oleh peneliti dengan menganalisis setiap adegan yang ada dalam film tersebut berdasarkan teori semiotika yang dibagi menjadi dua tahap, yaitu konotasi dan denotasi. Teknik validasi yang digunakan adalah triangulasi sumber untuk mengecek kebenaran dalam proses penelitiannya dengan mengecek ulang data yang ada dari berbagai sumber.

Hasil dari penelitian ini adalah film Joker memberikan stereotip yang negatif bagi penderita *skizofrenia* yang dibagi dan dilihat dari sudut pandang penyebab dan dampaknya. Film Joker ini semakin memperkuat mitos-mitos yang tersebar di masyarakat tentang penderita *skizofrenia*, bahwa penderita tidak mampu memiliki kehidupan pekerjaan yang layak, *skizofrenia* ini terjadi karena pola asuh orang tua yang salah, penderita mengalami halusinasi, dan berbahaya bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Sehingga dalam film Joker ini stereotip tentang penderita *skizofrenia* dikemas dalam adegan-adegan yang salah dan negatif dari Joker seperti adengan kekerasan, pembunuhan, pemukulan, dan penggunaan senjata tajam. Sosok dalam film Joker tidak berimbang sehingga perlu menjadi pertimbangan bagi para praktisi film untuk melakukan riset mendalam terlebih dahulu.

Jurnal ini dapat dijadikan referensi karena membahas tentang sebuah film yang mana merepresentasikan tentang suatu isu yang ada di masyarakat. Metode penelitian yang relevan dan objek penelitian yang sama yaitu film, membuat jurnal ini akan dapat membantu peneliti melakukan penelitian. Kebaruan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah dengan menggunakan teori konstruksi sosial untuk membantu peneliti menemukan jawaban terbentuknya stereotip bahwa perempuan cantik mendapatkan *privilege* lebih di masyarakat.

Berikut adalah tabel *state of art* untuk membantu peneliti melihat jurnal terdahulu dan mengetahui kebaruannya:

Table 1.1 Tabel State of Art

| No | Judul Penelitian | Nama Peneliti | Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Kebaruan |
|----|------------------|---------------|-------------------|------------------|----------|
|----|------------------|---------------|-------------------|------------------|----------|

| | | | | | |
|----|--|--------------------------------------|--|---|---|
| 1. | Representasi Pornografi dalam Film Jan Dara | (Nia & Panuju, 2018) | Deskriptif - Kualitatif dengan metode semiotika menggunakan Teknik sinematik | perempuan direpresentasikan sebagai objek sedangkan kamera dalam pengambilan gambar diibaratkan sebagai laki-laki. Dengan Teknik sinematik tersebut, perempuan dikonstruksikan sebagai pembawa makna dan Hasrat bagi pandangan laki-laki. Sehingga, Teknik tersebut digunakan untuk sarana eksploitasi tubuh perempuan bagi para penonton, maupun orang-orang di balik layar. | Penelitian terdahulu menggunakan metode analisis semiotika dengan Teknik sinematik, sedangkan penelitian terbaru ini akan melihat konstruksi realitas sosialnya di masyarakat berdasarkan analisis semiotika yang digunakan untuk menemukan makna-makna tersirat. |
| 2. | Mitos Kecantikan Perempuan Ekstra melalui Iklan Nivea "Ekstra" | (Christina, Vallerie, & Marta, 2021) | Kualitatif dengan pendekatan marketing semiotika | Iklan Nivea "Extra Women" menunjukkan bahwa setiap Wanita memiliki kelebihan sendiri terlepas | Kebaruan dari penelitian terdahulu dengan penelitian baru ini adalah pada penelitian terbaru, peneliti mencoba isu |

| | | | | | |
|----|--|----------------------------|--|--|---|
| | <i>Care for Extra Women</i> | | | dari bentuk fisik dan kekurangannya yang diperlihatkan oleh seorang tokoh karakter dalam iklan tersebut. Nivea ingin merubah cara pandang masyarakat bahwa standar kecantikan membuat para perempuan meragukan dirinya sendiri. Warna, isyarat tangan, gerak tubuh, teks, maupun latar belakang memiliki maknanya sendiri sehingga dapat dimaknai. sesuai dengan konteksnya. | yang berbeda tentang perempuan yaitu bagaimana seorang perempuan dengan standar kecantikan yang dibuat oleh masyarakat tersebut diperlakukan ketika fisik mereka tidak sesuai dengan standar kecantikan tersebut. |
| 3. | Stereotip Penderita Skizofrenia dalam Film Joker | (Kharisma & Tunggal, 2021) | Kualitatif dengan metode penelitian analisis semiotika | Film Joker memberikan stereotip negatif tentang penderita <i>skizofrenia</i> lewat adegan-adegan kekerasan yang diperankan oleh Joker. Stereotip negatif yang terbentuk lewat | Jurnal ini dapat dijadikan referensi karena membahas tentang sebuah film yang merepresentasikan tentang suatu isu yang ada di masyarakat. Metode penelitian yang relevan dan objek penelitian |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>film Joker ini dapat memperkuat mitos-mitos yang ada di masyarakat tentang penderita <i>skizofrenia</i>. Mitos seperti penderita <i>skizofrenia</i>, bahwa penderita tidak mampu memiliki kehidupan pekerjaan yang layak, <i>skizofrenia</i> ini terjadi karena pola asuh orang tua yang salah, penderita mengalami halusinasi, dan berbahaya bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.</p> | <p>yang sama yaitu film, membuat jurnal ini akan dapat membantu peneliti melakukan penelitian. Kebaruan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah dengan menggunakan teori konstruksi realitas sosial untuk membantu peneliti menemukan jawaban terbentuknya stereotip bahwa perempuan cantik mendapatkan <i>privilege</i> lebih di masyarakat.</p> |
|--|--|--|--|--|--|

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Penelitian ini menggunakan teori dan konsep sebagai berikut untuk membantu peneliti memaknai film *Insatiable* tersebut:

A. Representasi

Representasi menurut kbbi adalah perbuatan mewakili, keadaan diwakili, dan apa yang mewakili; perwakilan. Sehingga representasi tersebut adalah suatu peristiwa yang diwakilkan dalam sebuah objek, kata, maupun simbol. Representasi menurut hall adalah kemampuan untuk membayangkan dan menggambarkan

(Nugroho, 2020).

Representasi menggunakan bahasa untuk memaknai sesuatu. Representasi menjadi bagian penting dari proses ketika makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota budaya. Sehingga representasi dapat terjadi ketika terjadinya interaksi dan pertukaran informasi dari masyarakat yang berbeda budaya, tetapi memiliki latar belakang pengetahuan yang hampir sama sehingga mendapatkan pemahaman yang hampir sama pula.

Representasi menurut Hall (1997) memiliki dua pengertian, yaitu:

1. Representasi mental

Representasi mental merupakan konsep mengenai suatu hal yang ada dalam pikiran kita masing-masing. Setiap orang memiliki pengertian yang berbeda-beda akan suatu konsep. Konsep tersebut dinamakan sebagai peta konsep. Representasi mental ini membentuk suatu konsep yang bersifat abstrak, sehingga perlu untuk dibahasakan dengan cara menghubungkannya dengan ide-ide.

2. Representasi bahasa

Representasi bahasa menjadi lanjutan dan representasi mental. Representasi mental yang membentuk suatu konsep yang bersifat abstrak tersebutlah yang kemudian diterjemahkan menjadi bahasa yang lazim. Dalam representasi, bahasa berperan penting dalam membentuk konstruksi makna. Kata, suara, dan gambar yang mengandung makna itu disebut dengan tanda. Tanda ini lah yang membantu kita menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide tentang suatu tanda dan simbol tertentu.

Semua komunikasi mengkonstruksi representasi, hingga dalam percakapan kita sehari-hari dengan anggota kelompok yang berbeda itu kita juga dapat memperkuat dan menggunakan gagasan yang bahkan sudah ada. Peta konseptual yang ada di kepala kita masing-masing perlu diterjemahkan ke dalam bahasa yang sama sehingga mendapatkan sebuah kesepakatan (Satria & Junaedi, 2022).

B. Semiotika Roland Barthes

Peneliti menggunakan teori semiotika menurut Roland Barthes yang mana komunikasi dapat ditemukan dalam sebuah tanda dan objek. Sebuah tanda memiliki struktur yang jelas sehingga dapat bermakna sesuatu. Komunikasi dapat dilakukan baik secara lisan maupun non-lisan. Non-lisan ini lah yang dapat berbentuk tanda maupun objek yang sebenarnya memiliki makna dibalik tanda tersebut (Kharisma & Tunggal, 2021).

Teori semiotika menurut Roland Barthes menjelaskan bahwa semiotika merupakan ilmu yang memaknai suatu tanda yang mana bahasa itu sendiri tersusun dari tanda-tanda yang bermakna dan memiliki pesan tertentu. Film juga dapat memiliki tanda-tanda yang jika kita teliti, tanda-tanda tersebut memiliki makna tersembunyi yang berisikan pesan. Tanda-tanda yang ada ini digambarkan oleh sutradara dan penulisnya untuk menyampaikan pesan kepada penonton (Kharisma & Tunggal, 2021).

Makna menurut Barthes dibagi menjadi dua tingkatan, yaitu konotasi dan denotasi. Konotasi merupakan sebuah sistem ideologi yang mana dalam satu kata dapat bermakna ganda, sehingga bisa berkembang berdasarkan kebudayaan, pengetahuan, dan sejarahnya. Makna utama atau denotasi ini kemudian berkembang menjadi tahap kedua atau tahap sekunder yang akhirnya membentuk sebuah ideologi dan mitos (Christina et al., 2021).

Mitos sendiri merupakan produk budaya dan kasus peradaban yang mana melalui mitos ini, ada kisah, cerita, dan pesan yang berisikan aturan yang diselipkan di dalamnya. Pesan ini dikodekan dan disampaikan melalui bahasa, sehingga dengan tidak sadar disepakati oleh masyarakat (Kharisma & Tunggal, 2021). Mitos sendiri merupakan suatu proses pemaknaan yang tidak mendalam, melainkan sesuatu yang kelihatan saja bukannya apa makna yang sesungguhnya. Mitos adalah sebuah sistem yang berkenaan tentang suatu aturan, ide, ingatan, atau keputusan yang telah diyakini. Mitos bukan tentang konsep ataupun gagasan, melainkan merupakan lambang dalam bentuk wacana. Mitos bukan sebuah benda, namun dapat dilambangkan dengan benda (Masduki, 2015).

Mitos merupakan sistem ganda dalam semiotika, yang mana tanda (*sign*) dalam sistem tingkat pertama kemudian dijadikan sebagai *signifier (form)*. Konsep diciptakan oleh si pembuat atau pengguna mitos. Tanda yang diambil untuk dijadikan *form* itu, kemudian dijadikan *meaning*. *Meaning* ini yang memberi penegasan bahwa setiap tanda memiliki pemaknaan, sehingga kita mengetahui tanda dari maknanya. Mitos tentang kecantikan ini melekat pada iklan produk kecantikan yang memperlihatkan bahwa perempuan cantik itu tubuhnya putih, tinggi, langsing, dan rambut lurus panjang (Masduki, 2022).

Makna denotatif diartikan sebagai deskripsi yang jelas, literal, dasar, dan masuk akal dari sebuah tanda. Makna denotatif ini adalah makna yang sudah tertulis dalam sebuah kamus, yang mana makna tersebut sudah dibuat dengan jelas dan diartikan sebagaimana sudah diartikan oleh kamus. Sedangkan makna konotatif adalah sebuah makna yang diartikan sesuai dengan konteks sosial dan kodenya. Maka dari itu, dalam memaknai sebuah tanda kita perlu melihat konteks dan tanda-tanda lain disekitarnya yang dapat membantu memaknai tanda tersebut (Chandler, 2017).

Teori semiotika Roland Barthes ini menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian dan observasi untuk memaknai tanda-tanda yang muncul dalam film *Insatiable*. Analisis dilakukan dengan melihat makna primer (denotasi) dalam film *Insatiable* dan menjelaskan makna sekundernya (konotasi). Teori ini juga membantu peneliti untuk menjelaskan mitos tentang *privilege* yang didapatkan perempuan jika ia memiliki penampilan dan paras yang cantik.

C. Konstruksi realitas sosial

Penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan pendekatan konstruksionistik, yang mana dalam pendekatan ini, peneliti memahami makna yang telah dikonstruksikan oleh individu. Makna tersebut diartikan berdasarkan fenomena yang terjadi, apa gejala yang timbul, dan bagaimana interaksinya bagi si individu dalam kehidupan sehari-harinya (Harahap, 2020).

Dengan pendekatan konstruksionistik ini lah kita mencoba untuk melihat

fenomena yang ada di masyarakat dan memaknainya sesuai dengan kehidupan kita sehari-hari. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk melihat realitas sosial yang terjadi berdasarkan fenomena *beauty privilege* yang ada tersebut.

Terkadang apa yang kita lihat dengan mata kita, tidak menjelaskan semuanya. Ada tanda-tanda yang dapat kita artikan sehingga menjelaskan keseluruhan ceritanya. Dalam bukunya, Blakely (2020) mengatakan bahwa tubuh adalah teks dan kita semua adalah pembacanya. Yang dimaksud adalah setiap pembaca dapat mengartikan tubuh itu sesuai dengan apa yang mereka lihat dan pahami.

Teori konstruksi realitas sosial ini dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam bukunya *The Social Construction of Reality* (1996). Menurut Berger dan Luckmann, ada keberlanjutan hubungan antara individu dan masyarakat. Masyarakat cenderung berinteraksi di dalam lingkungan sosial dan budaya sehingga terjadilah pertukaran informasi. Interaksi ini memunculkan informasi baru yang seiring berjalannya waktu disesuaikan kembali oleh masyarakat berdasarkan pengetahuan mereka sebelumnya (Anzari & Sarwono, 2018).

Konstruksi realitas sosial ini tidak terjadi karena pemikiran satu individu saja, tapi melalui interaksi dan pengalaman seseorang dan orang lainnya. Sama halnya dengan mitos perempuan yang cantik akan lebih banyak mendapatkan kemudahan dalam menjalani hidupnya karena banyak media yang menunjukkan adanya perbedaan interaksi antara perempuan yang cantik dan tidak cantik.

Mitos yang kemudian dikonstruksikan menjadi sebuah gagasan dan fenomena. Fenomena ini terjadi seiring interaksi yang terjadi oleh masyarakat terus membahas tentang mitos tersebut sehingga menjadi sebuah realitas dalam masyarakat. Sebuah mitos tentang kecantikan yang mengatakan bahwa perempuan cantik itu memiliki tubuh yang kurus, langsing, putih, mulus, dan berambut panjang lurus akhirnya menjadi sebuah fenomena karena konstruksi sosial yang terbentuk.

D. Media Digital

Media massa merupakan saluran komunikasi yang berguna untuk mendistribusikan dan memproduksi pesan lewat buku, lagu, film, berita, dan lainnya ke masyarakat luas (Campbell et al., 2017). Media ada dan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Fungsi utama dari media yaitu sebagai sumber informasi. Namun, media juga digunakan oleh masyarakat sebagai sarana hiburan. Salah satunya adalah media memberikan hiburan tontonan yang dapat melepaskan kepenatan kita. Media massa saat ini berkembang menjadi media digital. Dulu film bisa kita tonton lewat televisi dan bioskop saja, kemudian seiring berjalannya waktu kita bisa menonton film kesukaan lewat laptop atau pc menggunakan kaset DVD. Dengan DVD, kita tidak takut tertinggal karena jika menonton televisi sulit untuk menyesuaikannya dengan jadwal kita sendiri (Mareike, 2018). Namun, sekarang kita tidak membutuhkan DVD lagi karena sudah ada *platform digital* yang menyediakan berbagai film dengan beragam *genre*.

Ada istilah *digital media conglomerates* yang terdiri dari lima perusahaan besar seperti Microsoft, Apple, Amazon, Google, dan Facebook. Lalu ada Netflix yang siap untuk bergabung sebagai *digital media conglomerates* tersebut (Campbell et al., 2017).

E. *Beauty Privilege*

Privilege tidak bisa kita dapatkan secara cuma-cuma. Mendapatkan hak istimewa adalah impian semua orang. Keistimewaan itu bisa didapatkan jika kita punya *power*. Hidup akan terasa lebih mudah jika kita mendapatkan *privilege* tersebut. Namun, jika kita tidak memanfaatkannya dengan baik pun *privilege* tersebut tidak akan ada gunanya. Banyak orang yang memiliki jaringan yang luas dan hak istimewa, tetapi mereka tidak berhasil hanya karena mereka tidak cukup baik (Friedman & Laurison, 2019).

Ada juga *privilege* yang bisa didapatkan berdasarkan jenis kelamin atau *sex*. Laki-laki dan perempuan memiliki hak istimewa masing-masing. Bagaimana laki-laki menggunakan kekuatannya dan sebaliknya, perempuan menggunakan kekuatannya. Perempuan mendapatkan hak istimewa terutama jika mereka masuk

kedalam standar kecantikan masyarakat. Perempuan akan lebih *powerful* dan diuntungkan jika mereka cantik.

Maka dari itu, para perempuan sadar bahwa mereka tidak bisa sukses hanya dengan kepintaran secara akademis saja. Untuk mendapatkan jabatan dan kekuasaan, mereka juga perlu tubuh dan wajah yang menarik. Bagi seorang perempuan saat ini, wajah dan tubuh adalah kunci untuk mendapatkan segalanya. Mereka mengejar penampilan dan kecantikan itu sama seperti seorang laki-laki yang meninggal di meja karena serangan jantung, bekerja keras, mendorong amplop untuk membuktikan kejantannya (Nancy, 2014).

Penampilan akhirnya menjadi sangat penting dan berharga bagi perempuan, maka tidak heran jika kita melihat perempuan berusaha keras mengorbankan materi dan waktu untuk mendapatkan penampilan terbaik. Perempuan juga menjadi lebih sensitif terhadap komentar perihal penampilan dan fisik itu.



2.3 Alur Penelitian

