

BAB I

PENDAHULUAN

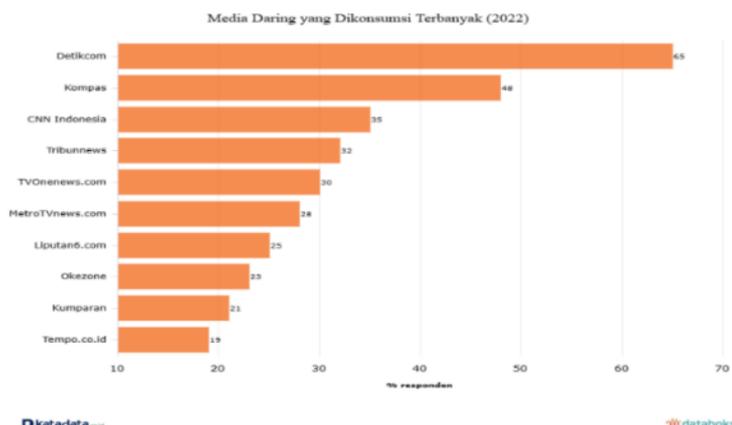
I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada bagaimana *reception analysis* pembaca mengenai *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com. *Reception analysis* menurut Aryani, kekuatan terbesar yang dimiliki oleh institusi dalam mempengaruhi khalayak melalui penyampaian pesan bukanlah berasal dari media, melainkan khalayak yang memiliki posisi sebagai pemilik kekuatan secara bebas memaknakan dan melakukan tindakan berdasarkan pemaknaan yang dibuat khalayak dari teks media (Santoso, 2020, p.143-144). Teks media secara teoritis akan mendapatkan makna apabila penerimaan pesan (resepsi) dilakukan dengan cara dibaca, dilihat, dan didengarkan (Pertiwi, Ri'aeni, & Yusron, 2020, p.3).

Studi tentang bagaimana terjadinya hubungan di antara khalayak dengan media sangat diperhatikan oleh akademisi, pemerhati masalah sosial, industri media, bahkan pemerhati media. Media yang dianalisis oleh individu melalui *reception analysis* akan berfokus pada pemirsaan dan pengalaman dari khalayak yang merupakan penonton atau pembaca, serta bagaimana menciptakan makna dari pengalaman tersebut (Hadi, 2009, p.2). Sehingga sebuah teks yang sama pada suatu teks media akan menciptakan banyak pemaknaan (Pertiwi et al., 2020, p.3).

Tercatat dari survei Reuters Institute yang bekerja sama dengan Universitas Oxford dalam *Digital News Report 2022* menyatakan bahwa sumber berita utama peringkat 1 yang diperoleh masyarakat Indonesia berasal dari media *online* sebesar 88%. Sementara portal pemberitaan yang sering diakses masyarakat Indonesia saat

ini adalah Detik.com. Hal itu dikarenakan Detik.com mendapat pencapaian sebagai konsumen berita terbesar dengan persentase sebesar 65% dan mampu mengungguli beberapa portal pemberitaan *online* lain, di antaranya Kompas, CNN Indonesia, dan sebagainya (Pahlevi, 2022).



Grafik I.1. Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak di Tahun 2022

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Media massa memiliki peran dalam menyampaikan informasi yang melibatkan banyak orang dan dapat diakses dengan mudahnya meluas. Dalam Tamburaka (2013), pesan yang dibingkai dapat berbentuk teks, gambar, dan suara adalah perilaku media supaya dapat mempengaruhi khalayak dalam hal pikiran dan perasaan (Santoso, 2020, p.142). Melalui perkembangan zaman yang semakin maju, hadirnya media massa *online* dinilai lebih unggul daripada media lainnya karena dukungan teknologi internet yang sangat membantu informasi dari peristiwa yang aktual dan cepat ke setiap pembacanya. Berbagai isu yang tidak mendapat porsi banyak di media massa dimunculkan di media massa *online*, contohnya isu keberagaman (Santoso, 2020, p.142-143). Ditambah, teknologi digital yang berkembang saat ini diikuti dengan berkembangnya pola pikir khalayak dan

kebiasaan mereka yang lebih efektif dalam mengakses dan efisien dari berbagai aspek hidup dari khalayak (Situmeang, 2020, p.67).

Fenomena *beauty privilege* atau biasanya disebut netizen Indonesia sebagai *good looking* adalah fenomena yang masih menjadi pembahasan yang melekat pada manusia, khususnya manusia yang sering mengakses internet. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, setiap orang dapat memamerkan ketampanan dan kecantikan mereka di sosial media mereka sehingga dapat dilihat oleh banyak orang. Mereka mementingkan penampilan mereka supaya mereka merasa senang karena mendapat pujian, lawan jenis dan sesamanya mengagumi penampilan fisiknya (Emyliani, Krisdinanto, & Akhsaniyah, 2019, p.6).

Hal ini sempat dibahas oleh Deddy Corbuzier yang mengungkapkan dukungan dan semangat dari netizen kepada sejumlah artis yang terjerat kasus narkoba dan mereka memiliki paras *good looking* seperti Jefri Nichol, Ardhito Pramono, dan Rizky Nazar. Sementara komika Coki Pardede yang terkena kasus narkoba dihina oleh netizen, bahkan artis Young Lex dan Uus yang tidak memakai narkoba dituduh menggunakan narkoba. Penganggapan yang *good looking* di mata masyarakat sebagai panutan dikarenakan memiliki perilaku baik yang patut dicontoh. Meski begitu, orang yang *good looking* melakukan kesalahan dianggap sebagai kekhilafan di masyarakat, sementara orang yang tidak *good looking* melakukan kesalahan akan mendapat banyak *bully* di masyarakat (Ridhoi, 2022).

Salah satu video yang sempat menghebohkan sehingga masuk pemberitaan ialah ketika bocah pengamen yang memakai kostum badut berwarna merah muda tengah mengamen di lampu merah. Sempat menjadi berita yang viral dan menjadi

guess star pada salah satu program acara televisi di Trans TV. Bocah yang bernama Elin ini mengaku kerap kali ditawarkan untuk diadopsi oleh banyak orang, termasuk kalangan orang kaya yang ingin membiayai sekolah dan mengurus biaya hidupnya. Namun, dia sering menolak karena Elin takut jatuh ke tangan yang salah (Yuwono, 2022). Dari fenomena Elin inilah dapat tercerminkan bagaimana *beauty privilege* bagi kaum *good looking* sehingga mendapat keuntungan dari lingkungannya dan diperlakukan istimewa oleh lingkungannya.

Gambar I.1.

Elin, Badut Gadis Cantik di Lampu Merah



Sumber: Solo.tribunnews.com

Perempuan secara kodrat menjadi individu yang menciptakan ketertarikan individu lain, terkhususnya dalam lingkup seksual. Perempuan yang memiliki kelebihan seringkali terjadi penyalahgunaan bahwa dalam artian hanya sekedar daya tarik secara fisik belaka (Novianti & Sigit Tripambudi, 2015, p.64). Padahal daya tarik secara fisik perempuan menciptakan kecantikan. Kemunculan *beauty privilege* tidak lepas dari namanya standar kecantikan. Cantik menjadi kata yang selalu melekat di sosok perempuan (Novellia, 2021, p.102). Kecantikan perempuan memiliki standar kecantikan yang sudah diatur oleh setiap masyarakat. Menurut Danesi, dikatakan bahwa *beauty privilege* seorang yang berpenampilan cantik

sehingga banyak orang yang menyukai, diperlakukan lebih istimewa, dan mendapat banyak keuntungan dari lingkungannya (Nuzhatussholehah & Kn, 2022, p.136).

Konstruksi media massa sosial pada dasarnya adalah kecantikan. Hal ini sejalan dengan teks media yang pada dasarnya juga berasal dari realitas sosial. (Qona'ah & Munanjar, 2021, p.108). Namun sebaliknya apabila *beauty privilege* dimiliki oleh seorang transgender. Kini standar kecantikan perempuan di atas-rata-rata bukan hanya dimiliki oleh perempuan normal, namun juga perempuan transgender. Pemberitaan di media tak jarang membahas persoalan transgender sebagai subjek pemberitaan (Afniar, 2019, p.42).

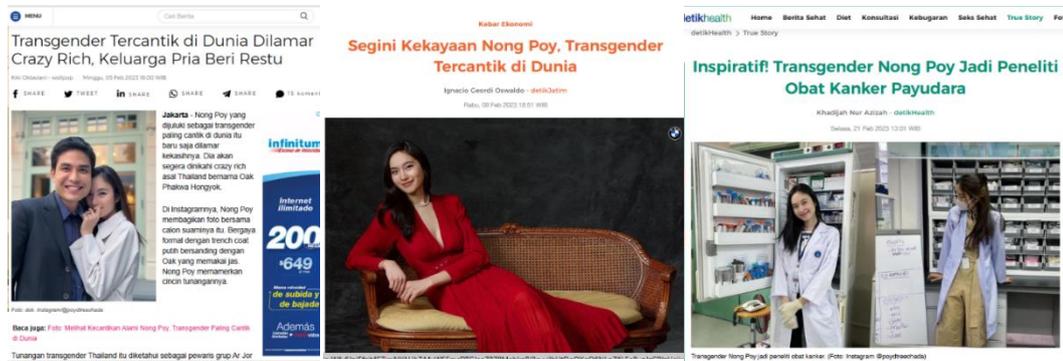
Pada tanggal 2 Februari 2023 lalu, sempat menghebohkan adanya peristiwa seorang transgender yang bernama Nong Poy memiliki predikat transgender tercantik di dunia dilamar oleh seorang pria di Thailand pada pemberitaan Detik.com yang diunggah pada tanggal 5 Februari 2023. Pesan dalam teks berita Detik.com menonjolkan bahwa tunangan pria yang bernama Oak Phakwa Hongyok ini dikenal sebagai *Crazy Rich* asal Thailand yang merupakan pewaris Grup Ar Jor yang memiliki usaha tempat kafe dan restoran sekaligus tempat museum yang terkenal di Phuket. Di balik gender Nong Poy sebagai transgender, ternyata keluarga Oak memberi restu sepenuhnya (Oktaviani, 2023).

“Keluarga mempelai pria pun mendoakan untuk kebahagiaan putranya dan calon istrinya itu. Nong diberi selamat karena akan masuk menjadi anggota keluarga mereka.” (Oktaviani, 2023)

Teks berita dari Detik.com juga menyatakan bahwa keluarga Oak secara terbuka menerimanya di dalam keluarganya dan mendoakan yang terbaik di tengah kontroversi Nong Poy dahulu seorang pria yang lahir pada tanggal 5 Oktober 1986 (Oktaviani, 2023).

Gambar I.2.

Pemberitaan Mengenai *Beauty Privilege* Nong Poy



Sumber: *Capture* dari laman berita Detik.com

Selain Nong Poy diterima oleh keluarga Oak, pesan teks berita dari Detik.com memaparkan kecantikan Nong Poy membuatnya memiliki kekayaan yang cukup melimpah dan beberapa kemenangannya di dalam ajang kecantikan. Melalui data dari Glamour Path, Nong Poy yang memiliki nama lengkap Treechada Petcharat memiliki kekayaan sekitar 15 miliar rupiah secara bersih. Kekayaan diperoleh dari kesuksesan dengan meraih prestasi menjadi pemenang pertama dalam 2 ajang kecantikan sekaligus (Oswaldo, 2023).

“Ketika masih berusia 19 tahun, Nong Poy memenangkan gelar Miss Tiifany's 2004. Kemudian di tahun yang sama ia memenangkan ajang kecantikan Miss International Queen.” (Oswaldo, 2023)

Ditambah, berita yang dibuat Detik.com ini menonjolkan debut karir Nong Poy yang menanjak di dalam dunia perfilman yaitu film *With Love* di tahun 2010, lalu film *The White Storm*, film *Insomnia Lover*, dan film *Witch Doctor*. Dan lagi, Nong Poy menjadi terkenal luas berkat dirinya terpampang dalam beberapa sampul majalah dari merek terkenal yaitu *Bazaar* dan *L'official* (Oswaldo, 2023).

Terakhir, pesan teks berita dari Detik.com yang tersirat adalah dari sisi pendidikan Nong Poy dengan posisinya sebagai transgender ternyata bisa

menempuh pendidikan di bidang *sains* di Thailand hingga dirinya memiliki profesi sebagai ilmuwan sekaligus pendiri Bring Life Laboratory dan Supplements Manufacture (BIOMT) dengan menghasilkan produk vitamin dan kebutuhan suplemen bagi orang diet sesuai dengan standar dari GMP di Thailand dengan bekal gelar *master* di Genetika Molekuler dan Rekayasa Genetika (Azizah, 2023).

“Saat ini Nong Poy bekerja sebagai seorang ilmuwan di Bring Life Laboratory dan Supplements Manufacture (BIOMT) Thailand. Dia juga kerap membagikan kegiatannya saat menjadi peneliti.” (Azizah, 2023)

Bahkan pesan berita dari liputan Detik.com ini menggambarkan Nong Poy sebagai transgender yang dapat menginspirasi bagi peneliti muda dikarenakan tugas Nong Poy sebagai ilmuwan untuk menemukan obat kanker payudara dan penyakit lainnya yang berhubungan dengan radang pada organ (Azizah, 2023).

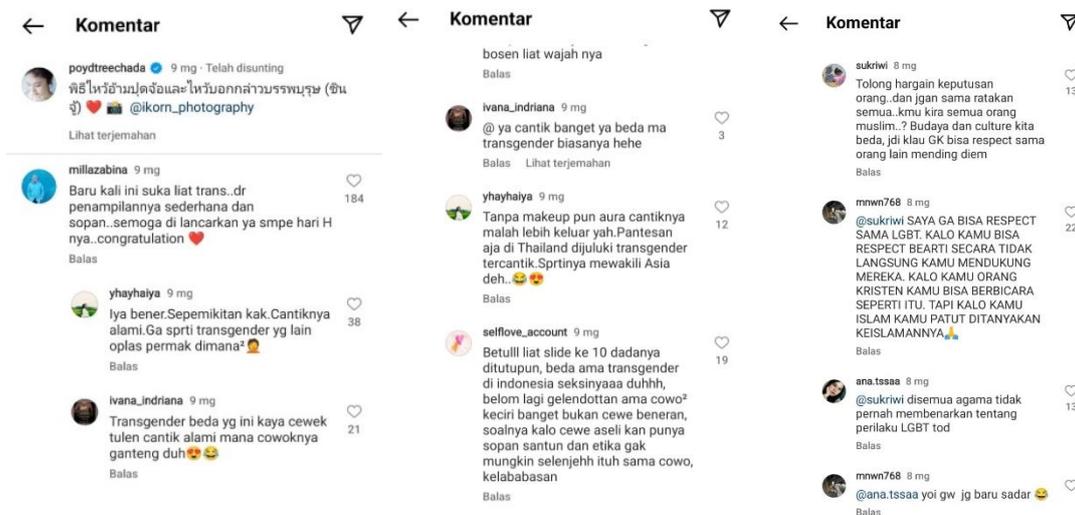
Transgender merupakan kata yang menggambarkan setiap manusia yang merasa, memiliki pemikiran, melakukan hal yang terlihat berbeda terhadap jenis kelaminnya semenjak dia lahir (Wijaya & Tamburian, 2019, p.42). Selain itu, menurut Butler (2010, p.34), peran gender dan identitas dibentuk melalui performatif. Efek substantif gender diproduksi secara performatif. Oleh karena itu, gender terbukti performatif yaitu, membentuk identitas yang diakuinya sehingga tidak ada kepemilikan ‘keaslian’ gender seseorang. Sehingga seseorang dapat merubah dirinya menjadi sosok perempuan yang dianggap sebagai sosok manusia ideal dengan mudahnya menjalankan berbagai aktivitas bila memiliki tubuh yang tinggi, langsing, kulit berwarna putih dan bersih, serta mempunyai raut wajah yang tidak ada kecacatan (Putri, Novitasari, & Khoirunnisa, 2021, p.155).

Dari Instagram resmi Nong Poy @Poydtreechada, dari unggahan pribadinya, terdapat sejumlah respon warganet pada kolom komentar. Ada yang

memuji karena kecantikannya yang alami seperti wanita tulen. Namun ada juga yang tidak menerima Nong Poy karena status transgendernya yang ditentang oleh sejumlah agama.

Gambar I.3.

Komentar Warganet pada Unggahan Pribadi Nong Poy



Sumber: Capture dari Instagram @ Poytreechada

Konstruksi terkait pemakaian kata “cantik” pada media yang digunakan sebagai alat kontrol sosial bahwa memiliki kecantikan sebagai paham pemakluman (Zuhriya & Pratiwi, 2018, p.137). Pemakluman yang didapatkan oleh Nong Poy berupa penerimaan masyarakat Thailand dan keluarga terdekat Nong Poy seperti keluarga Oak, tempat kerjanya Nong Poy yang membuatnya bisa menjadi model sampul majalah dan artis film, bisa mengikuti ajang kecantikan hingga mendapat pencapaian prestasi sebagai pemenang, serta penerimaan institusi pendidikan yang membuatnya bisa menempuh pendidikan tinggi hingga menjadi seorang ilmuwan seperti beberapa pemberitaan yang sudah dipaparkan sebelumnya. Padahal sebelum

melakukan operasi pada kelaminnya pada usia 17 tahun, Nong Poy memiliki tubuh sebagai laki-laki dan berada jauh dari standar kecantikan.

Gambar I.4.

Foto Nong Poy Sebelum dan Sesudah menjadi Transgender



Sumber: Detik.com

Ada penentuan ciri masing-masing perilaku *gender* yang menyebabkan perilaku *gender* yang spesifik dan peranan *gender* antara satu budaya dengan budaya lain tidaklah sama. Hal itu dikarenakan adanya budaya yang mengakui *gender* lebih dari dua (Tojjib, 2017, p.166). Salah satunya Thailand yang mengakui 18 *gender* dengan salah satunya yaitu *ladyboy* atau *kathoe*y yang dimana laki-laki ingin melakukan operasi transgender menjadi perempuan (Rahmawati, 2022).

Sementara di negara Indonesia, ada transgender Indonesia yang dikenal melalui acara program TV Kick Andy di stasiun Metro TV. Dia merupakan transgender wanita yang bernama Asha. Konten yang berjudul “Perjalan Hidup Seorang Oscar Menjadi Asha” menceritakan perjuangan Asha dalam menemukan jati dirinya dan akhirnya dia menyadari bahwa dirinya nyaman menjadi wanita. Namun hal ini tidak direspon dengan baik oleh masyarakat Indonesia melalui kolom komentar. Banyak masyarakat Indonesia yang tidak mendukung adanya transgender diberi panggung di media karena dapat merusak generasi ke depannya dan tidak layak untuk ditonton (Metro TV, 2023).

Gambar I.5.

Konten “Perjalan Hidup Seorang Oscar Menjadi Asha” Beserta Kolom Komentar



Sumber: Capture dari YouTube @METROTV

Selain itu, ada pemberitaan dari Detik.com yang menyatakan bahwa transgender keturunan darah Maluku yang memenangkan Miss Belanda direspon buruk dengan sejumlah netizen Indonesia. Dalam berita Detik.com ini memaparkan seorang transgender bernama Rikkie Valerie Kolle berhasil mencetak sejarah baru karena terpilihnya dia menjadi Miss Belanda transgender pertama. Namun, hal ini mengundang banyak respon netizen. Ada netizen yang mendukung, tetapi ada yang menghujat. Berita dari liputan Detik.com ini juga menonjolkan bagaimana transgender Rikkie yang memenangkan karena kecantikannya ibaratnya seperti seorang pria yang telah mengambil kemenangan dari wanita dan Rikkie dianggap menyalahi tujuan awal dari diadakannya sebuah ajang kecantikan (Anjani, 2023).

“Tapi terpilihnya Rikkie sebagai Miss Universe Belanda mengundang berbagai komentar dari netizen. Wanita yang keturunan Maluku tersebut mendapat banyak dukungan sekaligus hujatan. Kebanyakan orang mengkritik bahwa Rikkie yang terlihat sebagai pria mencuri kemenangan dari wanita hingga menyalahi tujuan awal dari sebuah kontes kecantikan.” (Anjani, 2023)

Menurut Stuart Hall, metode *reception analysis* adalah metode yang berfokus pada apa yang ada pada khalayak yaitu pemaknaan khalayak, pengalaman

khalayak, dan produksi khalayak yang berhubungan langsung dengan interaksi teks media (Meilasari & Wahid, 2020, p.4). Kegunaan *reception analysis* dapat memperlihatkan bagaimana resepsi khalayak setelah menerima teks berita (Nisa, 2017, p.78). Menurut Stuart Hall, riset khalayak terbagi menjadi 2 perhatian langsung yang berhubungan dengan *encoding* yang di mana menganalisis berdasarkan konteks sosial dan politik dari isi produksi media dan berhubungan dengan *decoding* yang di mana pengonsumsian isi media yang berdasarkan konteks kehidupan keseharian (Santoso, 2020, p.144).

Menurut Hall mengatakan bahwa memberikan *decoding* dalam sebuah komunikasi, khalayak diposisikan menjadi 3 antara lain posisi hegemonik-dominan yang di mana pembaca menerima makna secara penuh dan apa adanya sesuai dengan apa yang diberikan dan dimaksudkan dari media. Selanjutnya ada posisi yang dinegosiasikan yang di mana pembaca menerima makna dalam batas tertentu dikarenakan ternyata pembaca ada memaknakan pesan tersendiri sesuai cerminan minat dan posisi pada dirinya. Terakhir, ada posisi oposisional yang di mana pembaca menolak makna yang diberikan dari media dikarenakan pembaca sudah menentukan interpretasi alternatif sendiri (Tan & Alfrin Aladdin, 2018, p.65).

Pemberitaan *beauty privilege* pada kecantikan transgender Nong Poy menarik untuk dijadikan penelitian dikarenakan beberapa isi pemberitaan yang telah dipilih oleh peneliti menunjukkan pemakluman dari *beauty privilege* yang diterima oleh Nong Poy yang merupakan seorang transgender seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Media massa membentuk citra transgender pada khalayak karena pengaruh media massa dalam penggambaran kelompok tertentu supaya

khalayak banyak menerima (Sari, 2016, p.26). Namun pengkontruksian di masyarakat Indonesia tidak pernah berhenti menganggap transgender sebagai sesuatu penyimpangan (Afniar, 2019, p.42). Artinya dari beberapa pemberitaan tersebut mengirimkan sebuah pesan ke khalayak bahwa *beauty privilege* juga bisa didapatkan oleh seorang transgender, bukan hanya perempuan saja, melainkan laki-laki yang berubah menjadi transgender perempuan dan bagaimana dampak *beauty privilege* yang dirasakan oleh seorang transgender. Pesan inilah yang diterima dan dimaknai dari penelitian ini kepada khalayak.

Objek penelitian dari penelitian peneliti adalah *reception analysis* tentang *beauty privilege* dari kecantikan transgender. Sementara subjek penelitian dari penelitian peneliti adalah khalayak dan beberapa pemberitaan mengenai *beauty privilege* dari kecantikan transgender Nong Poy. Dalam penelitian peneliti, peneliti menentukan individu yang terbagi atas dasar ragamnya jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status perkawinan, dan jenis pekerjaan agar dapat menciptakan keberagaman pemaknaan sesuai *frame of reference* dan *field of experience*.

Peneliti memilih rentan usia yaitu umur 18 hingga umur 42 tahun. Pemilihan usia tersebut adalah pemilihan dari Generasi Y dan Generasi Z yang pastinya memiliki perbedaan *frame of reference* dan *field of experience* sehingga dapat menciptakan keberagaman pemaknaan. Adapun peneliti juga memilih kriteria informan seperti, peneliti akan memilih mahasiswa jurusan psikologi sebagai subjek penelitian dikarenakan dapat menginterpretasikan dari sisi psikis dan sisi mental. Sementara pekerjaan yang mendukung adanya *beauty privilege* dan standar kecantikan adalah seorang yang bergelut dalam bidang *make up* dan *fashion*.

Adapun pekerjaan lain sebagai aktivis feminisme karena menurut Stryker (2017, p.17), memecah kesatuan seks dan gender, sekaligus meningkatkan ruang lingkup kehidupan yang layak huni, perlu menjadi tujuan feminisme untuk orang trans. Terakhir, ada informan yang menikah cukup lama dan mempunyai 2 anak. Adapun pendukung dari latar belakang informan ini adalah seorang yang aktif pelayanan di sebuah gereja di Surabaya. Sehingga bisa mengambil sudut pandang informan dalam mendapat restu keluarga dan mertua maupun dari segi agama.

Berdasarkan pada latar belakang dan subjek penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui *reception analysis* pembaca mengenai *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com. Dengan metode *reception analysis* dari Stuart Hall, peneliti akan mengumpulkan data dengan wawancara tidak terstruktur melalui *in depth interview* dengan membuat daftar pertanyaan sebagai *guidline* terlebih dahulu sesuai batasan yang peneliti telah tentukan sebelumnya. Walaupun *in depth interview*, apabila tidak memungkinkan wawancara secara tatap muka, maka akan dilakukan secara *online* melalui *video conference* (Zoom Meeting) seperti jarak antara informan dengan peneliti yang terlalu jauh. Diharapkan dari data yang sudah dikumpulkan, peneliti dapat menjawab rumusan permasalahan pada penelitian peneliti.

Adapun peneliti menemukan 5 penelitian yang pernah melakukan penelitian sejenis sebelumnya. Penelitian pertama dilakukan oleh Santoso (2020) yang ingin mengkaji bagaimana khalayak menginterpretasikan pemberitaan kasus Meiliana yang memberi keluhan terkait *volume* suara adzan di media *online*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah pada fenomena pemberitaan yang

diangkat yaitu pemberitaan kasus Meiliana. Penelitian kedua dilakukan oleh Pertiwi, Ri'aeni, & Yusron (2020) yang ingin mengkaji bagaimana adegan pada film diinterpretasikan oleh khalayak. Perbedaan dapat terlihat pada subjek penelitian yaitu penonton dan film. Penelitian ketiga dilakukan oleh Milatishofa, Kusrin, & Weni Adityasning Arindawati (2021) yang ingin mengkaji bagaimana *posting-an* Tara Basro dimaknai pengguna Instagram terkait *body positivity* atau malah cenderung mengarah pornografi. Perbedaannya dari penelitian peneliti pada subjek penelitian yaitu *followers* Instagram @TaraBasro dan fenomena yang diteliti terkait *body positivity* di *posting-an* Instagram.

Penelitian keempat dilakukan oleh Tan & Alfrin Aladdin (2018) yang ingin mengkaji bagaimana pemberitaan di Tribunnews.com tentang Insiden “Kartu Kuning” dari Ketua BEM Universitas Indonesia diinterpretasikan oleh mahasiswa/i Universitas Indonesia. Perbedaannya dari penelitian peneliti terletak pada fenomena yang difokuskan pada penelitian ini adalah Insiden “Kartu Kuning” dari Ketua BEM Universitas Indonesia dengan subjek penelitian yang berasal dari mahasiswa/i Universitas Indonesia saja. Penelitian terakhir dilakukan oleh Meilasari & Wahid (2020) yang ingin mengkaji bagaimana penayangan iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color” diresepsikan oleh penonton wanita muslim. Perbedaannya dari penelitian peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu iklan dan penonton iklan Wardah Cosmetics.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana *reception analysis* pembaca mengenai *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com?

I.3. Tujuan Penelitian

Beracu pada rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui *reception analysis* pembaca mengenai *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com.

I.4. Batasan Penelitian

Untuk menghindari supaya penelitian ini tidak menyimpang sehingga pembahasan lebih berfokus pada rumusan permasalahan dan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat batasan masalah berdasarkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- a. Berfokus pada *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com melalui *reception analysis* dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif.
- b. *Reception analysis* mengenai *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com menjadi objek pada penelitian ini.
- c. Beberapa pemberitaan tentang *beauty privilege* pada kecantikan transgender Nong Poy di media Detik.com dan pembaca berita dari

- Detik.com dengan kriteria informan ialah informan dengan usia minimal 18 tahun dan pernah mengetahui terkait pemberitaan *beauty privilege* pada kecantikan transgender Nong Poy adalah subjek dari penelitian ini.
- d. Metode pengumpulan data yang akan peneliti gunakan ialah metode wawancara *in depth interview*.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademisi

Secara akademisi, Peneliti mengharapkan penelitian ini berguna bagi kajian komunikasi untuk menambah wawasan atau pengetahuan dan referensi *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com dengan metode *reception analysis*.

I.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat menjadi suatu kajian media untuk mengetahui bagaimana *beauty privilege* pada kecantikan transgender di Detik.com dari pemaknaan melalui *frame of reference* dan *field of experience* orang yang berbeda-beda. Sehingga dapat dijadikan sarana pengaplikasian ilmu pengetahuan dan teori-teori yang sudah didapatkan selama perkuliahan. Serta, diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi kepada para pembaca mengenai *beauty privilege* pada transgender, terlebih hal ini masih tabu di Indonesia.