



Government Academia  
**COMICOS 2017**  
Industry Civil Society  
Natural Environment

**e - Proceeding**  
**DEVELOPING KNOWLEDGE**  
**COMMUNITY**

*Quintuple Helix and Beyond*

**Yogyakarta, 7-8 September 2017**

**Developing Knowledge Community: Quintuple Helix and Beyond**

**Diterbitkan oleh:**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**©2017**

**Developing Knowledge Community: Quintuple Helix and Beyond**

**ISBN: 978-602-50218-0-0**

**Editor:**

**Dhyah Ayu Retno Widyastuti, M.Si.**

**Ina Nur Ratriyana, M.A.**

**Rebekka Rismayanti, M.A.**

**Layouter & Desain Cover:**

**Nicholas Pratama Haryo Sarjono**

**Kristianus Yosefat Livinus Gunawan**

**Diterbitkan oleh:**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Alamat:**

**Gedung Bunda Teresa**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281**

**Telp.: (0274) 487711, Fax.: (0274) 487748**

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

## Daftar Isi

Halaman judul	i
Kata Pengantar Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta	iii
Kata Pengantar Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	iv
Kata Pengantar Ketua Panitia Penyelenggara COMICOS 2017	v
Kata Pengantar Yanuar Nugroho	vi
Kata Pengantar Hans Antlov	vii
Kata Pengantar Abdul Rokhim	viii
Daftar Isi	ix
<b>SUB TEMA INDUSTRI KREATIF DAN ENTERPRENEURSHIP</b>	<b>1</b>
<b>Distro Betawi: Wujud Eksistensi Orang Betawi Masa Kini</b>	<b>3</b>
<i>Halimatusa'diah, M.Si.</i>	
<b>Perubahan Model Bisnis Travel di Era Ekonomi Digital (Conventional, Existing &amp; Future)</b>	<b>37</b>
<i>Christiany Juditha, S. Sos., MA., Ressi Dwiana, S.Sos, MA.</i>	
<b>Peranan Media Online Terhadap Perkembangan UMKM di Bekasi Lokalisasi Dolly Surabaya</b>	<b>67</b>
<i>Ivan Divya Fauzan, Piola Surya Anggreini, Ade Kusuma, S.Sos.M.Med.Kom</i>	
<b>Aktivitas Komunitas Bandung Creatif City Forum (BCCF) dalam Mengembangkan Industri Kreatif Di Kota Bandung</b>	<b>89</b>
<i>Dr. Iwan Koswara, Kismiyati El Karimah, M.Si</i>	
<b>Hardwork Comparisons As Part Of The Work Ethic On The SMMes In Tasikmalaya, Cianjur, Cirebon</b>	<b>109</b>
<i>Hanny Hafiar, Diana Harding, Yus Dinain, Ahmad Gimmy</i>	
<b>Konsep Triple Heliks dan syndrome Ketergantungan Pelaku UMKM</b>	<b>121</b>
<i>Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS., Kertati Sumekar, Suparnyo, Budi Gunawan</i>	

<b>Optimalisasi Tol Laut sebagai Alternatif Penunjang Kelancaran Pengangkutan Barang dan Jasa Guna Mendukung AEC</b>	<b>143</b>
<i>Dr. Elfrida Ratnawati Gultom, S.H., M.Hum., M.Kn.</i>	
<b>Potret Keluarga Indonesia di Media Sosial</b>	<b>169</b>
<i>Tribuana Tungga Dewi, M.Si.</i>	
<b>SUB TEMA INOVASI DALAM TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI</b>	<b>191</b>
<b>Knowledge Community in Innovation: Borderless Special Interest Group Co-Create Knowledge and Barrier</b>	<b>193</b>
<i>Nithia Kumar Kasava, M.Sc., MRAeS, Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si.</i>	
<b>Innovation of Communication of Activities of Leaders' Based on ICT in Public Organization (Case Study of the Diffusion of Innovation of Electronic Agenda in ANRI)</b>	<b>205</b>
<i>Tiara Kharisma, S.I.Kom.</i>	
<b>Analisis Isi Kampanye Kandidat Gubernur Jakarta Periode Desember 2016- Februari 2017 pada Facebook dan Instagram</b>	<b>235</b>
<i>Mungky Diana Sari, M.I.K., Algooth Putranto, M.I.K, Christiani Ajeng Riyanti, M.I.Kom.</i>	
<b>Komodifikasi dalam Fenomena Selebgram dan Bisnis Endorse Instagram</b>	<b>257</b>
<i>Mellysa Widyastuti, S.I.Kom.</i>	
<b>Adaptasi Praktik Jurnalisme Naratif di Media Digital: Mengemas Narasi Panjang dalam Format Digital</b>	<b>285</b>
<i>Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.</i>	

<b>SUB TEMA DINAMIKA MEDIA, BUDAYA, DAN MASYARAKAT</b>	<b>317</b>
<b>Dinamika Kelompok dalam Proses Komunikasi Organisasi Perhimpunan Perempuan Pekerja Seks Yogyakarta</b>	<b>319</b>
<i>Erwin Rasyid, S.I.Kom., M.Sc (Cand)</i>	
<b>Analisis Marxist Iklan PT. Freeport Indonesia</b>	<b>342</b>
<i>Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si.</i>	
<b>Komunikasi Lingkungan pada Budaya Priangan "Nyacar Lembur"</b>	<b>357</b>
<i>Aat Ruchiat Nugraha, M.Si., Dr. Iriana Bakti</i>	
<b>Media Lokal dalam Memberitakan Korupsi (Analisis Framing Berita Korupsi Dana PERSIBA Bantul di Surat Kabar Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, Harian Jogja, Bernas Jogja, dan Radar Jogja)</b>	<b>377</b>
<i>Olivia Lewi Pramesti, M.A., Pupung Arifin, M.Si.</i>	
<b>Peran Media Massa dalam Perubahan Budaya dan Perilaku Masyarakat untuk Peduli dengan Konservasi Tumbuhan</b>	<b>415</b>
<i>Fitria Rizki Wijaya, S.Sos., M.I.Kom.</i>	
<b>Radio Komunitas Jawa di Kota Medan: Dari Ekspresi Diri Ke Ajang Silaturahmi</b>	<b>431</b>
<i>Anggy Denok Sukmawati, M.A.</i>	
<b>Media Asing dan Perda Aceh: Pro Kontra Pemberitaan Hukum Cambuk Gay di Aceh</b>	<b>453</b>
<i>Reni Juliani, S.I.Kom., M.I.Kom.</i>	
<b>Kearifan Komunikasi Komunitas Adat Bayan dalam Perayaan Maulid Nabi di Kabupaten Lombok Utara</b>	<b>485</b>
<i>Dr. Kadri, M.Si.</i>	

<b>Strategi Media dalam Era Konvergensi</b>	<b>503</b>
<i>Sandi Jaya Saputra, S.I.Kom., MS.n, Drs. Sahat Sahala Tua Saragih, M.I.Kom.</i>	
<b>Berkota dan Menjalani Narasi Urban: Studi Kasus Revitalisasi Kawasan Malioboro</b>	<b>511</b>
<i>Gabriela Laras Dewi Swastika, S.I.Kom, M.A.</i>	
<b>Budaya Masyarakat Jaton Menjaga Kerukunan dengan Masyarakat Minahasa</b>	<b>549</b>
<i>Suzy Azeharie, MA., M.Phil.</i>	
<b>Analisis Pemberitaan Pemilihan Presiden Amerika Serikat Antara Donald Trump &amp; Hillary Clinton di Surat Kabar. (Studi Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Presiden Amerika Serikat Antara Donald Trump dan Hillary Clinton Surat Kabar Kompas, Surta Kabar Republika dan Surat Kabar Jawa Pos edisi 1 Oktober – 8 November 2016)</b>	<b>567</b>
<i>Dani Kurniawan, SI.Kom.</i>	
<b>Verifikasi Media: Cara Dewan Pers Memerangi Berita Palsu (Hoax)</b>	<b>577</b>
<i>Gungum Gumilar, S.Sos., M.Si., Nunik Maharani Hartoyo, S.Sos., M.Comn&amp;MediaSt(Mon)., Justito Adiprasetio, S.Sos., M.A., M.Z. Al Faqih</i>	
<b>Konsepsi Perempuan Indonesia dalam Refleksi Kritis</b>	<b>600</b>
<i>Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom., Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A.</i>	
<b>KAMPANYE POLITIK DI ERA 2.0 (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Terhadap “Meme” sebagai Media Kampanye Politik Pemilihan Bupati Sumbawa Periode 2016-2021 Melalui Media Sosial)</b>	<b>627</b>
<i>Miftahul Arzak, S.I.Kom., M.A.</i>	

<b>Kaum Muda, Identitas, dan Media Baru: Analisis Semiotika Video YouTube Karin Novilda</b>	<b>667</b>
<i>Lidwina Mutia Sadasri, SIP., M.A.</i>	
<b>Implementasi Pengelolaan Website Desa Peraih Destika Award dalam Program Desa Broadband Terpadu Indonesia</b>	<b>687</b>
<i>Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom., Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.</i>	
<b>FILM DOKUMENTER "TARIAN CACI", MEDIA PENGETAHUAN BUDAYA TRADISIONAL DALAM INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA (Analisis Perspektif pada Festival Film Dokumenter Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan)</b>	<b>713</b>
<i>Ikbal Rachmat, MT., Abdurrahman Jemat, MS.</i>	
<b>SUB TEMA MASYARAKAT DAN PERUBAHAN SOSIAL</b>	<b>751</b>
<b>Konflik Sosial dan Gerakan Sosial Masyarakat</b>	<b>753</b>
<i>Aprilyanti Pratiwi, S.S., M.I.Kom.</i>	
<b>Rasionalitas Komunikasi dalam Eksistensi Majelis Masyarakat Maiyah</b>	<b>791</b>
<i>Ayu Adriyani, S.Sos., Mochammad Imron Rosyidi, S.I.K.</i>	
<b>Pengaruh Inovasi, Sosialisasi dan Sistem Sosial Terhadap Tingkat Pengolahan Informasi Pemuda pada Program PSP3</b>	<b>812</b>
<i>Dwi Rohma Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom</i>	
<b>Analisis Peran Tradisi Nyaer Terhadap Dinamika Perilaku Sosial di Lombok</b>	<b>855</b>
<i>Andri Kurniawan, S.SosI., M.Sos.</i>	
<b>Literasi Budaya Sunda pada Individu Tionghoa di Garut, Jawa Barat</b>	<b>887</b>
<i>Dr. Santi Susanti, S.Sos., M.I.Kom.</i>	



<b>Perancangan Model Komunikasi Kesehatan bagi Remaja Disabilitas Tuna Grahita untuk Menunjang Pembangunan Sosial di Pangandaran</b>	<b>911</b>
<i>Dr. Yanti Setianti, S.Sos., M.Si., Dr. Hanny Hafiar, S.Sos., M.Si., Trie Damayanti, S.Sos., M.Si., Aat Ruchiat N, S.Sos., M.Si.</i>	
<b>SUB TEMA ETIKA, REGULASI DAN KEBIJAKAN PUBLIK</b>	<b>927</b>
<b>Internal Communication about Delivery of Public Policy of the Openness of Public Information in Government Agencies: Case in National Archives of the Republic of Indonesia</b>	<b>929</b>
<i>Tiara Kharisma, S.I.Kom,</i>	
<b>Dunia Sensor dan Moral Bangsa</b>	<b>953</b>
<i>Sinta Paramita, SIP., M.A.</i>	
<b>Civil Society and Media Policy: Studi Eksploratif Partisipasi Masyarakat Sipil dalam Perubahan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik</b>	<b>967</b>
<i>Mufti Nurlatifah, S.IP., M.A.</i>	
<b>Analisis Peran KPI Dalam Menjalankan Amanat Pasal 5 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers Terhadap Tayangan Berita DI TELEVISI (Studi Kasus Pada Program NET 5 di NET TV)</b>	<b>996</b>
<i>Lutfiq Firly, Wenny Maya Arlena, M.Si.</i>	
<b>Etika Komunikasi dalam Kajian Cyberbullying</b>	<b>1005</b>
<i>Dr.Feliza Zubair, dra.M.Si., Dr.Yustikasari,S.Sos,M.Si.</i>	
<b>Produksi, Sirkulasi, dan Konsumsi Media Alternatif Berbasis TIK (Kasus Mojok.Co)</b>	<b>1016</b>
<i>Dr. Nina Widyawati</i>	

<b>Regulasi tentang Iklan Rokok di Media Penyiaran Tidak Melindungi Anak dan Remaja</b>	<b>1031</b>
<i>Dr. Nina Mutmainnah Armando, Hendriyani</i>	
<b>SUB TEMA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN NILAI KEBERLANJUTAN</b>	<b>1055</b>
<b>Transformasi Komunikasi Kebencanaan Menuju Masyarakat Sadar Bencana</b>	<b>1057</b>
<i>Mochamad Rochim, S.Sos., M.Si., Dede Lilis Ch, S.Sos., M.Si., Nova Yuliati, S.Sos., M.I.Kom.</i>	
<b>Menggagas Pengembangan Pariwisata Budaya Berbasis Partisipasi Komunitas di Kawasan Lasem Jawa Tengah</b>	<b>1083</b>
<i>Muntadliroh, S.I.Kom.</i>	
<b>Dinamika Komunikasi dalam Program Translokasi</b>	<b>1111</b>
<i>Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, S.I.Kom., M.A.</i>	
<b>Pengembangan Ekowisata Berbasis Komunitas dan Perubahan Struktur Kelembagaan Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Indonesia (Kajian Teoritis Kepustakaan)</b>	<b>1127</b>
<i>Drs. Suharsono, M.Si.</i>	
<b>Rancangan Model Komunikasi Resiko dalam Konteks Kesehatan (Studi Eksploratif Pengomunikasian Resiko Vaksin 5 Dasar Lengkap di Wilayah Pedesaan)</b>	<b>1145</b>
<i>Yun Fitrahyati Laturrakhmi, S.I.Kom., M.I.Kom, Sinta Swastikawara, S.I.Kom., M.I.Kom, Nilam Wardasari, S.I.Kom., M.I.Kom.</i>	

<b>Difusi Inovasi dan Adopsi IVA Test dan Sadarnis Screening : Pemenuhan Hak Perempuan Miskin Atas Akses Layanan Pencegahan Kanker Serviks dan Payudara</b>	<b>1177</b>
<i>Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah</i>	
<b>Efektifitas Model Komunikasi Berbasis Masyarakat dalam Mengembangkan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Desa</b>	<b>1197</b>
<i>Dr. Dedeh Fardiah, Dr. Rini Rinawati, Dr. Ferry Darmawan</i>	
<b>Pengembangan Green Urban Development Kota Surabaya</b>	<b>1219</b>
<i>Yusuf Hariyoko, S.A.P., M.A.P., Anggraeny Puspaningtyas, S.AP., M.A.P.</i>	
<b>Kajian Strategi Pengelolaan Sumberdaya Laut pada Masyarakat Adat dalam Kawasan Kaombo di Wabula Kabupaten Buton</b>	<b>1245</b>
<i>Dewi Anggraini, S.Sos, M.Si., Dr. La Ode Muh Umran, M.Si.</i>	
<b>Dampak Kampanye Energi Terbarukan pada Masyarakat Pemulung di Kampung Mandiri Energi Kota Kendari</b>	<b>1261</b>
<i>Dr. M. Najib Husain, S.Sos., M.Si., Marsia Sumule, S.Sos, M.Si</i>	
<b>Peran Media Baru dalam Pemberdayaan Masyarakat</b>	<b>1275</b>
<i>Ilham Gemiharto, S.Sos., M.Si., Drs. Hadi Suprpto Arifin, M.Si.</i>	
<b>Dinamika Komunikasi Quintuple Helix Dalam pengelolaan Sampah Mandiri di Kabupaten Garut</b>	<b>1297</b>
<i>Dr. Herlina Agustin, Dr. Dadang Rahmat Hidayat, M.Si., SH., Gumgum Gumilar, M.Si.</i>	
<b>Jaringan Komunikasi Dalam Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Kabupaten Bantul</b>	<b>1309</b>
<i>Titi Antin, S.Sos., M.Si., Hermin Indah Wahyuni</i>	

**Pola Jaringan Komunikasi Pemberdayaan Komunitas Pemulung**

**1331**

**"MARDIKO" di TPST Piyungan**

*Wuri Rahmawati, M.Sc.*

## KONSEPSI PEREMPUAN INDONESIA DALAM REFLEKSI KRITIS

Anastasia Y. Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom., Noveina S.Dugis, S.Sos., MA  
Fakultas Ilmu Komunikasi Unika Widya Mandala Surabaya  
[Anastasia\\_widya@ukwms.ac.id](mailto:Anastasia_widya@ukwms.ac.id), [Noveina.dugis@gmail.com](mailto:Noveina.dugis@gmail.com)

### Abstrak

Konsepsi perempuan Indonesia tidak pernah ada ditemukan secara stabil, namun selalu mencari bentuk dalam diskusi ruang dan waktu. Wacana berkembang dan memuncak ketika Indonesia terlibat dalam ajang ratu kecantikan di dunia. Pro kontra bermunculan mempertanyakan apakah kita cukup Indonesia dalam konteks ratu kecantikan tersebut? Apakah perempuan Indonesia menampilkan jati diri Indonesia? Mencari konsep keindonesiaan dalam ajang ratu kecantikan menjadi menarik untuk diteliti terutama konsep keindonesiaan tidak akan pernah menemui garis akhir dan patent. Konsep keindonesiaan tersebut mencair dan mencari bentuknya dari waktu ke waktu dimana media menjadi alat sekaligus ruang untuk mendiskusikan hal tersebut.

Pemberitaan tentang Indonesia dalam konteks internasional bukan hanya persoalan *image* semata, melainkan lebih pada persoalan konsep dan identitas keindonesiaan yang ditumbuh-kembangkan dan ditularkan oleh media ke khalayak luas, khususnya masyarakat Indonesia sendiri dan lebih-lebih bagaimana masyarakat memaknai kehidupan sosialnya direfleksikan dengan media. Oleh karena itu metode penelitian digunakan Analisis Pemaknaan (*Reception Analysis*) sebagai studi tentang khalayak media yang dilakukan secara kualitatif. Asumsi dalam *Reception Analysis* adalah bahwa masyarakat sebagai audiens tidak menerima begitu saja wacana yang ditawarkan media. Konsep audiense dalam *Reception Analysis* dikategorikan sebagai khalayak yang aktif, dimana penggunaan media merupakan bentuk refleksi dari konteks kehidupannya, sehingga mereka secara aktif dan sadar akan memaknai teks media tersebut berdasarkan pengalaman serta latar sosial budaya-nya.

**Key words:** perempuan, keindonesiaan, *Reception Analysis*, media, puteri Indonesia

### abstract

Indonesian women's conception has never been found in a stable, yet always looking for form in the discussion of space and time. The discourse flourished and culminated when Indonesia was involved in the world's beauty contest such as Miss Universe. Controversy arise to question whether we are quite Indonesia in the context of the beauty enough or not? Do Indonesian women show Indonesian identity? Seeking the concept of indonesianness in the event of beauty contest to be interesting to be studied especially the concept of indonesianness will never meet the finish line and patent.

The concept of indonesianness melts and seeks its fame from time to time where the media becomes a tool as well as space to discuss it. The news about Indonesia in the international context is not just a matter of image, but rather the issue of concept and identity of Indonesianness that is grown and transmitted by the media to a wide audience, especially the Indonesian people themselves and moreover how the community perceives its social life is reflected with the media. Therefore the research method using the Analysis of Meaning (*Reception Analysis*) as a study of media audiences conducted in qualitatively. The assumption in *Reception Analysis* is that the public as an audience does not take for granted the discourse offered by the media. The concept of audiense in *Reception Analysis* is categorized as an active audience, where the use of media is a reflection of the context of their lives, so that they are actively and consciously interpret the media text based on their experience and socio-cultural background.

**Key words:** women, indonesianess, *Reception Analysis*, media, Miss pageant

### Pendahuluan

Bahasan mengenai perempuan Indonesia memang selalu menarik dalam berbagai level dan dimensi. Situasi dan kondisi masyarakat Indonesia yang dinamis seakan turut mempengaruhi konsep pemahaman tentang perempuan yang seringkali dikaitkan dengan konstruksi gender dan seks. Disini, konsepsi perempuan Indonesia tidak pernah ada ditemukan secara stabil, namun selalu mencari bentuk dalam diskusi ruang dan waktu. Seringkali pemahaman antara seks (jenis kelamin) dan gender disamakan meskipun sebenarnya terdapat perbedaan mendasar dari kedua konsep tersebut. Jika seks lebih mengarah pada ciri biologis yang melekat pada jenis kelamin tertentu (perempuan dan laki-laki), gender justru lebih mengarah pada pencirian karakter dan sifat manusia yang didasarkan pada jenis kelaminnya. Menurut Butler (1999: 6), berbicara mengenai gender tidak selalu melekat pada konteks sejarah yang berbeda, namun pemahaman akan gender justru senantiasa berubah dan berkembang seiring dengan konsep ras, kelas, etnik, seksualitas, dan modalitas regional identitas diskursif di masyarakat. Oleh sebab itu, menjadi tidak mungkin untuk memisahkan konsep gender dari unsur politis dan budaya yang selalu memproduksi dan memelihara konsep gender itu sendiri.

Wacana tentang perempuan Indonesia dalam berbagai perspektif kemudian berkembang dan memuncak ketika Indonesia terlibat dalam ajang ratu kecantikan di dunia. Pro dan kontra bermunculan mempertanyakan apakah perwakilan Indonesia cukup layak dan pantas untuk beradu dalam kontes ratu kecantikan tersebut? Apakah perempuan Indonesia mampu menampilkan jati diri Indonesia? Atau sekedar pertanyaan tentang dampak dari keikutsertaan tersebut bagi Indonesia dan warganya? Ketika pro dan kontra tersebut muncul di media, sebenarnya sekaligus masyarakat terutama perempuan pun sedang mencari dan menelisik tentang jati dirinya sebagai perempuan Indonesia. Dalam konteks tersebutlah pertanyaan penelitian dirumuskan, yaitu bagaimana pemaknaan atau interpretasi perempuan Indonesia mengenai identitas keindonesiaan perempuan Indonesia dalam pemberitaan tentang kontestasi putri sejagad.

Ajang ratu kecantikan di level dunia yang melibatkan perwakilan perempuan Indonesia kian menjadi perbincangan menarik mengingat topik tentang perempuan, khususnya perempuan Indonesia yang 'berani' merambah dunia luar non-domestik apalagi sampai ke level internasional nyaris tidak bisa ditemui di media massa pada periode sebelum akhir 1990-an. Hal ini juga disampaikan Machya Dewi dalam tulisannya yang berjudul *Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan*: ketika itu Indonesia masih

dipimpin oleh Soeharto yang cenderung mengambil kebijakan menempatkan perempuan di sektor domestik sebagai isteri yang mengabdikan pada suami atau ibu yang setia menjaga keluarga dibandingkan sebagai pribadi yang memiliki otonomi (Dewi, 2009: 228).

Adanya pembagian wilayah domestik dan non domestik ini memang telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari produk budaya masyarakat. Sebagian menganggap bahwa perempuan sudah memiliki kodratnya sedangkan yang lain menganggap bahwa pembagian tersebut merupakan hasil dari konstruksi social dan kultural. Jenis pekerjaan dan peran gender yang seakan tidak dapat dipertukarkan ini bersifat hegemonik dan bertumbuh subur di masyarakat Indonesia. Ditambah lagi peran media massa yang turut menyuburkan kesan pemisahan antara apa yang boleh/ tidak boleh atau pantas/ tidak pantas untuk dilakukan oleh kaum perempuan.

Kendala yang dihadapi perempuan Indonesia seringkali adalah persoalan *image* yang ditampilkan oleh media. Baik media cetak maupun elektronik dan online seringkali tidak memberikan gambaran yang utuh dan komprehensif tentang kontribusi perempuan dalam kehidupan social bermasyarakat. Tuchman dalam Hollows (2000: 29) menjelaskan bahwa pencitraan perempuan dalam media tidak sejalan dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat, khususnya dalam konteks transformasi peran gender yang dilakukan oleh gerakan perempuan. Media lebih memperlihatkan citra perempuan yang sama rata dan mensosialisasikannya sebagai peran jenis kelamin yang 'tradisional.' Lebih lanjut ketika perempuan mencoba untuk keluar dari pakem yang bersifat tradisional tersebut, citranya didekatkan dengan konsep kecantikan yang diinginkan/ diciptakan *ala* media massa.

Definisi cantik bagi perempuan turut dikembangkan sekaligus dikaburkan oleh berbagai produk media, seperti iklan, film, tayangan televisi, artikel berita, dan lain sebagainya. Di Indonesia, perempuan dipandang sebagaimana ia ingin dipandang. Peran serta perempuan dalam bidang politik, ekonomi, sosial, maupun dunia hiburan kian menjadi sorotan media massa. Menariknya sorotan media pada perempuan ini seringkali ditampilkan sebagai produk tontonan dengan mengekspos sisi-sisi feminitas perempuan. Hal ini nampak pada produk media yang menampilkan perempuan sebagai bagian dari daya tarik pasar dengan menjual sensualitas tubuh perempuan.

Tak dapat dipungkiri bahwa peran media massa dalam membentuk pemaknaan masyarakat sekaligus menyuarakan isu-isu dan kepentingan perempuan sangatlah besar.

Mencari konsep keindonesiaan dalam ajang ratu kecantikan menjadi menarik untuk diteliti terutama konsep keindonesiaan tidak akan pernah menemui garis akhir dan paten. Konsep keindonesiaan tersebut mencair dan mencari bentuknya dari waktu ke waktu dimana media menjadi alat sekaligus ruang untuk mendiskusikan hal tersebut. Pemberitaan tentang Indonesia dalam konteks internasional bukan hanya persoalan *image* semata, melainkan lebih pada persoalan konsep dan identitas keindonesiaan yang ditumbuh-kembangkan dan ditularkan oleh media massa ke khalayak luas. Dalam hal ini, terlebih soal bagaimana masyarakat Indonesia memaknai kehidupan sosialnya yang direfleksikan dengan media.

Identitas yang dimaksud dalam konteks perempuan Indonesia ini merujuk pada konsep diri yang dilihat dari berbagai sisi. Menurut Hect dalam Littlejohn & Foss (2009: 131-132) identitas merupakan kode yang mendefinisikan keanggotaan seseorang dalam komunitas yang beragam. Kode yang dimaksud ini terdiri dari berbagai symbol-simbol seperti bentuk model pakaian, kepemilikan, dan kata-kata seperti deskripsi diri atau benda, dan makna yang dihubungkan dengan benda-benda tersebut. Dalam kontes ajang ratu kecantikan yang ditampilkan oleh media massa masalah identitas kemudian disebut-sebut sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk karena adanya interaksi sosial dengan masyarakat dan/ atau orang lain. Prosesnya pun terjadi karena adanya negosiasi yang terjadi saat interaksi sosial tersebut.

Persoalan identitas bukan lagi sebatas fenomena sosial dan kultural, melainkan juga politis. Konsep diri lalu erat kaitannya dengan pembentukan makna yang dipengaruhi oleh konteks ekonomi dan politis masyarakat. Dalam konteks-konteks ini, kesadaran diri dipengaruhi oleh siapa yang dominan di masyarakat, apa yang dipelajari sebagai diri sendiri didapat dari bagaimana masyarakat dominan menginginkan mereka melihat dirinya dengan mengonsumsi produk-produk terstruktur seperti produk media massa (Matheson, 2005: 58).

Media dengan strateginya mampu memberikan makna tertentu atas diri seseorang, begitu pula makna atas konsep keindonesiaan dalam berbagai produk liputannya. Dalam hal ini, penelitian tentang pemaknaan khalayak atas wacana pesan yang ditawarkan media disebut dengan metode analisis pemaknaan (*Reception Analysis*). Studi tentang khalayak media yang dilakukan secara kualitatif dengan asumsi bahwa masyarakat sebagai audien/ khalayak tidak menerima begitu saja wacana yang ditawarkan oleh media. Konsep audien



dalam *Reception Analysis* dikategorikan sebagai khalayak yang aktif, dimana penggunaan media merupakan bentuk refleksi dari konteks kehidupannya, sehingga mereka secara aktif dan sadar akan memaknai teks media tersebut berdasarkan pengalaman serta latar sosial budaya-nya.

Penelitian ini menggunakan *perspective postcolonial*. Dalam *perspective* ini dijelaskan bagaimana situasi masyarakat di wilayah bekas jajahan. Meskipun era kolonialisme fisik telah berakhir bagi Indonesia, namun kesadaran sebagai negara bekas jajahan ini menjadi menarik. Terutama ketika kemungkinan-kemungkinan untuk berada dalam satu kontestasi dengan negara-negara besar. Perwujudan kolonialisme yang bertransformasi menjadi berbagai bentuk terutama kolonialisasi budaya perlu untuk dicermati.

Perspektif *postcolonial* dari berbagai pemikir seperti Homi Bhabha, Edward Said dan turunan tulisan ilmiah mengenai *postcolonial* digunakan dalam analisa. Selain itu juga berbagai kajian masyarakat *paskacolonialisme* seperti homogenisasi budaya, diaspora dan globalisasi juga menjadi bagian penting dalam penelitian ini. Cashmore (2003: hal.78) menjelaskan wacana mengenai kolonialisme menekankan pada dominasi, eksploitasi dan ketidakberdayaan dalam menentukan sikap yang melibatkan konstruksi dalam berbagai artefak budaya termasuk pengetahuan, bahasa, moralitas, dan sikap. Hal ini berasal dari pemikiran Foucault mengenai kekuasaan yang dirupakan dalam berbagai bentuk praktek wacana seperti ujaran, tulisan dan pengetahuan sebagai sebuah *text* yang kemudian ditujukan untuk usaha pemaksaan (*kehendak, ideology, pen*). Jadi, wacana berbentuk praktek komunikasi dan praktek-praktek representasi sebagai bentuk dari kekuasaan itu sendiri.

Kajian *postkolonial* berkembang (terutama) dipicu oleh kemerdekaan India dari Inggris. Kajian ini berupaya untuk mencari dan menyelidiki mengenai dominasi wacana negara-negara dalam kelompok *West*, terutama negara-negara penjajah, terhadap negara-negara dalam kelompok timur atau *East*. *Postcolonial Criticism* dijelaskan oleh Little John (2009: hal 240) sebagai sebuah kajian yang menginterogasi atau menyelidiki dominasi dari wacana barat, media dan intelektual dalam memproduksi pengetahuan tentang wilayah kolonial (*daerah jajahan-pen*) dan Negara.

Penelitian ini menggunakan metode *Reception Analysis* dengan model *encoding decoding* yang ditawarkan oleh Stuart Hall. McQuail (1997, hal. 18) menjelaskan

mengenai kaitan tradisi kultural dan *Reception Analysis* (atau dalam Bahasa Indonesia bisa diartikan sebagai analisis penerimaan atau analisis pemaknaan, catatan peneliti). Kaitan ini terutama menekankan bagaimana penggunaan media sebagai bentuk refleksi dari praktik praktik sosial tertentu dan bagaimana sebagai proses pemberian makna pada product budaya dan pengalaman akan hal tersebut. Secara sederhana, McQuail mengatakan bahwa, manusia secara personal sebagai bagian kecil dari konteks besar masyarakat belajar dan memahami dirinya salah satunya adalah melalui media. Media menjadi bagian integral untuk membentuk identitas dirinya sebagai bagian dari lingkungan budaya yang lebih makro.

Dalam penjelasannya lebih lanjut, McQuail (1997, hal. 19) berdasar penjelasan Bausinger (1984) bahwa bagi peneliti dengan pendekatan budaya melihat bahwa penggunaan media itu sendiri merupakan aspek yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Media digunakan sebagai alat atau sarana untuk bisa memahami hubungan atau relasi dari konteks sosial budaya tertentu. Kemudian berdasar penjelasan Lindlof (1998) McQuail (1997, hal. 19) menekankan bahwa audience/kalayak adalah masyarakat yang memaknai atau "interpretive communities". Konsep ini mengacu kepada bagaimana memahami dan pemahaman tersebut muncul dari saling berbagi pengalaman antar anggota dalam kelompok sosialnya. Berdasar penjelasan McQuail ini, maka eksplorasi kepada latar belakang audiences/kalayak menjadi penting dan harus dilakukan dan menjadi bagian integral dari analisa data. Oleh karena itu, *audience* diasumsikan sebagai kalayak yang aktif memaknai, audience yang aktif memaknai sekaligus merupakan kritik terhadap kajian audience pada paradigm positivism.

Kemudian, *Reception Analysis* menjadi metode yang efektif untuk meneliti khalayak dalam kajian studi budaya (*Cultural Studies*). *Cultural Studies* merupakan kajian yang melihat bahwa makna tidaklah tunggal namun merupakan hasil dari berbagai tarikan kuasa. Hartley (2003: hal. 1-2) menjelaskan *Cultural Studies* muncul akan dorongan atas pertanyaan-pertanyaan keraguan kepada kebenaran dan juga komitmen akan kebenaran yang diwariskan. Ketika segala peristiwa kemudian menjadi membingungkan mana yang benar. Di bagian lain juga dijelaskan bahwa *Cultural Studies* sendiri merupakan sebuah gejala mengenai penyebaran/ penularan keraguan akan kemampuan untuk meyakini kebenaran. Peristiwa dunia yang dahsyat dan berdampak luas memberikan kontribusi besar terhadap permulaan munculnya kajian ini. Perang

dunia, Holocaust, Perang Dingin, Stalinism, perang Vietnam dll, memicu perkembangan kajian ini. Dimana kemudian kemurnian dan kepolosan memahami peristiwa –peristiwa tersebut kemudian mengarah kepada ketidakpercayaan dan keraguan akan alasan-alasan mengenai penyebab peristiwa tersebut.

Kemudian media menjadi sebuah alat penyebaran informasi yang dipertanyakan kebenarannya. Pada bagian lain, Hartley (2003: hal.11) menjelaskan bagaimana *Cultural Studies* bekerja pada berbagai macam teks dan latar belakang sosial bagaimana teks diproduksi terutama ketidakberimbangan pada relasi tersebut. Pada posisi ini, media dianggap menjadi sebuah medium yang mampu untuk memberikan kesempatan keberimbangan. *Cultural Studies* kemudian meluas kajiannya pada budaya populer, (*sub*) *cultures*, produk media (drama, jurnalistik, music), kehidupan sehari-hari, kota dan pedesaan, subyektifitas, ideology, hegemony. Discourse, kekuasaan, visualitas, manusia dan teknologi, relasi public dan domestic, praktek dan lingkaran kelompok marjinal, transnasionalisme, colonial dan imperial, dll.

## Metodologi

Alat analysis yang ditawarkan Stuart Hall (1972) dalam *Reception Analysis* adalah dengan *encoding dan decoding*. Rachmah Ida (Ida, 2014, hal. 178-179), *Encoding Decoding* mengasumsikan bahwa audience dengan latar belakang yang berbeda-beda akan melakukan interpretasi yang beragam pula dari teks yang dihasilkan oleh media. Dengan begitu maka teks tidak pernah pasti dan bermakna tunggal. Tiga bentuk interpretasi tersebut dikenalkan oleh Stuart Hall dengan posisi pembacaan dominan-hegemoni (*dominant-hegemonic position*), negosiasi (*negotiate code*), posisi ketiga adalah oposisi (*oppositional code*). Berikut penjelasannya.

Posisi pertama, dominan hegemoni, disini audience menerima program atau teks media secara penuh, menerima begitu saja ideology dominan tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan. Disini audience menjelaskan kehidupannya mereka sendiri, perilaku dan pengalaman social dalam ideology ini. Sedangkan pada type kedua, *negotiate code* audience bertindak adaptif dan tidak langsung menyetujui. Pada posisi kedua ini, pengalaman social yang spesifik menjadi penting dalam proses intrepetasi. Sedangkan pada posisi ketiga, *oppositional code*, ketika audience menolak yang ditawarkan oleh media dan audience mempunyai cara yang berbeda dalam melakukan pemaknaan.

Berdasar metode *Reception Analysis* ini maka, sumber data adalah hasil wawancara yang ditranskripsikan dalam bentuk narasi verbal. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung melalui telepon dan email dikarenakan narasumber sulit dijangkau oleh peneliti, hal ini dikarenakan peneliti berusaha untuk mencapai keragaman. Informan dalam penelitian ini ada 8 orang yang beraneka ragam latar belakang. Berikut ini profil singkat dari informan penelitian ini:

1. Olivia Ade: 19 tahun, perempuan, mahasiswa di Perth, tinggal di Perth, Jawa, Islam
2. Ani : 48 tahun, perempuan, pegawai negeri sipil di Lombok, suku Jawa, Islam
3. Ribus : 36 tahun, perempuan, student master di Jerman, suku Jawa, Islam
4. Diana : 38 tahun, perempuan, ibu rumah tangga, tinggal di Gombong, suku Tionghoa, Katolik
5. Fibriana: 39 tahun, perempuan, pekerja, tinggal di Sydney Australia, suku Jawa, Katolik
6. Fenita: 39 tahun, perempuan, pekerja, tinggal di Bali, suku Tionghoa, Katolik

Wawancara mendalam dilakukan dalam kurun waktu Maret-Mei 2017. Analisis data dilakukan dengan cara melakukan pemetaan hasil wawancara dalam ketiga posisi pembacaan dengan model *encoding decoding* oleh Stuart Hall. Setelah proses pemetaan selesai maka analisis dikelompokkan berdasar ketiga pembacaan yaitu dominan, negotiate dan oposisi. Analisa bertumpu pada hasil transkrip wawancara dengan dilakukan pembacaan dengan literature yang mendukung dan juga mengeksplorasi latar belakang dari audience yang dipilih.

Berikut ini ringkasan pemetaan tanggapan dalam table encoding dan decoding, keterangan DH: Dominan Hegemonic, N: Negotiate, O: oposisi:

Pertanyaan	Fenita	Ani	Ribus	Olivia Ade	Diana	Fibriana
1. Kepantasan Indonesia mengirimkan wakilnya	DH	N	N	DH	DH	DH
2. Pandangan bangsa lain terhadap perempuan Indonesia	O	N	N	DH	N	-
3. Signifikansi keikutsertaan Indonesia	DH	DH	N	DH	N	DH
4. pengalaman menarik ketika Indonesia berlaga di kontes kecantikan, bangsa lain berkomentar	DH	-	DH	DH	DH	-

atau mendiskusian tentang hal tersebut?						
5. Pandangan Anda mengenai perempuan Indonesia secara umum?	O	DH	-	DH	DH	DH
6. Mengenai bentuk kontes lainnya selain kontes kecantikan	-	DH	DH	DH	DH	N

## Pembahasan

### Perempuan Indonesia dan Hegemoni Budaya Barat

Keikutsertaan Indonesia dalam ajang kontes kecantikan di level internasional nampaknya membawa angin segar bagi sebagian warga Indonesia yang menilai ajang ini sebagai ajang yang tepat untuk mengharumkan nama bangsa. Keterkaitan antara citra perempuan Indonesia dengan konsep keindonesiaan ketika menilik lebih jauh makna dari konsekuensi gender perempuan itu sendiri memang sangatlah rumit. Apalagi ketika embel-embel nama bangsa Indonesia ikut melekat pada perempuan yang menjadi peserta kontes kecantikan tersebut mewakili negaranya, Indonesia.

Kezia Warouw, sang Putri Indonesia 2016, berhasil lolos seleksi ajang Miss Universe Ke-65 yang berlangsung di Filipina memang banyak menarik perhatian media untuk meliput perjuangannya dan prosesnya mengikuti ajang bergensi tersebut. Indonesia dalam ajang Miss Universe turut menjadi prestasi yang membanggakan dari segi pariwisata Indonesia. *"Saya sampai buka peta dan menunjukkan bahwa Indonesia itu bukan hanya Bali saja,"* kata Kezia Warouw (dikutip dari <https://cantik.tempo.co/>, 9 Februari 2017). Diskusi yang banyak dibahas dan dipromosikan Putri Indonesia tersebut mengulas seputar pariwisata, budaya, dan kuliner yang ada di Indonesia.

Pertanyaan mendasar dari keikutsertaan Indonesia ini kemudian kembali pada hal yang paling sederhana yakni soal **kepentasan Indonesia mengirimkan wakilnya** dalam beradu di ajang Miss Universe melihat situasi dan kondisi Indonesia sendiri. Dari tujuh (7) informan dalam penelitian ini dimana kesemuanya adalah perempuan Indonesia (berkewarganegaraan Indonesia), lima diantaranya menyatakan bahwa Indonesia pantas dan layak untuk ikut dalam kontes kecantikan Miss Universe.

Bagi Fenita (39 tahun), yang bekerja dan berdomisili di Bali, Indonesia pantas untuk mengikuti kontes kecantikan ini. Pasalnya kontes berlevel internasional ini menurutnya dapat menjadi awal baik untuk membuka jalan bagi Indonesia untuk dikenal dunia. Fenita yang berasal dari suku Tionghoa merasa bahwa Indonesia memiliki potensi yang patut untuk diujicobakan dalam ajang seperti ini. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Fenita:

“...Pantas aja sih, menurut saya perempuan Indonesia itu cantik dan menarik juga. Gak kalah cantik dengan perempuan asing lainnya. Apalagi banyak juga ragam suku dan etnis yang ada di Indonesia sehingga perawakan perempuan Indonesia juga cukup unik...”

Apa yang disampaikan oleh Fenita senada dengan pendapat Diana (38 tahun), seorang ibu rumah tangga yang tinggal di Gombong. Bagi Diana, kompetisi berskala internasional apapun bentuknya dapat membuat negara yang mengikutinya dikenal oleh bangsa lain. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Diana:

“...Ajang seperti ini adalah salah satu cara untuk menunjukkan pada dunia bahwa Indonesia itu ada. “Saya rasa mungkin hanya sebagian kecil orang Indonesia yang tidak setuju dengan keikutsertaan Indonesia ke dalam ajang kontes seperti ini...”

Kedua informan ini baik Fenita maupun Diana sama-sama merupakan keturunan Tionghoa dan beragama Katolik. Dalam pengalaman mereka melihat perempuan Indonesia yang berhasil masuk dalam ajang kontes kecantikan seperti ini akan berdampak bagi nama Indonesia untuk lebih dikenal oleh bangsa lain. Hal ini erat kaitannya dengan peluang Indonesia dalam era globalisasi yang menuntut bangsa dan wilayah di berbagai belahan bumi semakin terhubung satu sama lain sehingga mengaburkan perbedaan antara wilayah maju (dunia pertama) dengan bangsa dan wilayah terbelakang (dunia ketiga). Menurut Lubis (2014: 4) dengan era informasi (globalisasi) ini, tidak ada satu negara atau wilayah pun di dunia yang dapat mengurung diri dalam batas geografisnya. Dimana perkembangan baru ini berdampak besar pada konsep negara, batas dan kewenangan negara dan kewarganegaraan seperti dikemukakan teroi sosial-politik modern.

Dalam diskusi penelitian ini, para informan menilai Indonesia pantas mengikuti ajang ini sebagai kesempatan dan peluang emas untuk beradu dengan bangsa lain. Hal juga dirasakan oleh Fibriana (39 tahun), yang saat ini bekerja dan tinggal di Sydney Australia. Berikut adalah pernyataan Fibriana:

“...Sangat penting bagi Indonesia untuk tetap mengirimkan kontes ke ajang kompetisi seperti Miss World atau Miss Universe Jenis kompetisi ini merupakan salah satu wahana bagi wanita Indonesia untuk diakui secara global...”

Kecenderungan global memang membawa dampak langsung pada lingkungan

lokal, sehingga memungkinkan masyarakat Indonesia untuk memahami dinamika global dengan mempelajari manifestasi lokal. Dalam Lubis (2014: 4) dibahas bagaimana dimensi lokal dan global merupakan dua hal yang berjalan beriringan, karena itu sering juga disebut global paradoks. Dari satu sisi, era informasi cenderung menghilangkan hal-hal yang bersifat lokal, akan tetapi di sisi lain memungkinkan hal-hal yang bersifat lokal itu memasuki wilayah nasional dan global.

Pemaparan tentang dimensi lokal dan global tersebut jika dikaji dalam topik kontes kecantikan dan diskusi tentang konsep kenindonesiaan yang dicari dalam penelitian ini, maka wacana yang dihadirkan oleh media adalah wacana tentang Indonesia yang global dengan rasa lokal dalam ajang Miss Universe. Apa yang menjadi identitas asli Indonesia adalah apa yang disebut lokal dalam ciri khas keindonesiaan. Namun apa yang menjadi taruhan untuk dapat memenangkan ajang tersebut, maka kelokalan Indonesia haruslah bercita rasa global ala negara maju.

Bagi Olivia (19 tahun), mahasiswa yang sedang belajar di Perth, mengatakan bahwa ia percaya Indonesia harus ikut serta dalam kategori acara ini. Olivia meyakini bahwa kelokalan Indonesia (budaya bahkan kulinernya) mampu membuat bangsa ini diakui secara global di dunia. Berikut adalah kutipan wawancara dengan Olivia (informan 2) terkait pertanyaan tersebut:

*"... Whether it be national or international level, I truly believe that Indonesia should partake in this category of event. Beauty competitions such as Miss Universe are not just a case of showcasing a women's beauty. More correctly, it is an event that encourages women to put their talent and passion for the greater benefit of their country and their people. Beauty shows such as Miss Indonesia and Miss Universe have large audiences; viewed and anticipated by people all around the world. These shows are an exceptional medium for countries to showcase their beauty, culture and traditions. Indonesia without doubt is a country that is tremendously rich in traditions and culture, with many ethnic groups shaping its population. With the help of such competitions, Indonesia can be known more than just "Bali" and "mie-goreng" but also a country known for its Candi (Borobudur & Prambanan), clear emerald colour of the seas of Raja Ampat as well as gudeg and pempek. In other words, beauty contests play an integral part of Indonesia's tourism. ..."*

Terjemahannya,

"...Apapun level kompetisi ini, nasional maupun internasional, saya yakin bahwa Indonesia harus ambil bagian dalam even ini. Kompetisi kecantikan seperti Miss Universe bukan hanya sekedar menampilkan kecantikan perempuan. Lebih tepatnya, ini adalah acara yang mendorong perempuan untuk memanfaatkan bakat dan gairah mereka untuk keuntungan lebih besar dari negara dan masyarakat mereka. Dengan bantuan kompetisi semacam itu, Indonesia bisa dikenal lebih dari sekedar Bali dan mie goreng, tapi juga sebuah negara yang terkenal dengan Candi (Borobudur & Prambanan), warna zamrud yang jelas

dari lautan Raja Ampat dan juga gudeg dan pempek. Dengan kata lain, kontes kecantikan merupakan bagian integral dari pariwisata Indonesia...”

Menariknya adalah Olivia memilih untuk menjawab dan mendiskusikan semua pertanyaan penelitian ini dalam bahasa asing (bahasa Inggris). Ia mengaku lebih nyaman menggunakan bahasa Inggris karena sejak usia 10 tahun Olivia telah migrasi ke Perth, Western Australia dan mengenyam pendidikan SMP dan SMA disana. Dalam pernyataan Olivia, ia cenderung sepakat (dominan hegemonik) bahwa Indonesia sebagai bangsa layak mengikuti kontes tersebut. Menurutnya, Miss Universe bukan soal kontes kecantikan saja melainkan juga ajang untuk menunjukkan bakat dan kebolehan perempuan Indonesia di mata dunia. Lebih lanjut dalam keseluruhan diskusi bersama informan 2 (Olivia) ini, pernyataan dan jawaban informan berada dalam kelompok Dominan Hegemonik (kode DH pada tabel *encoding-decoding* penelitian).

Bagi Olivia, satu-satunya informan yang masuk dalam kelompok Dominan Hegemonik pada diskusi tentang **pandangan bangsa lain terhadap perempuan Indonesia** – di mata teman-temannya (yang kebanyakan adalah orang asing) – perempuan Indonesia memiliki cukup banyak potensi dan berlabel positif. Olivia menceritakan bagaimana teman-temannya di Perth memandang dan menilai dirinya sebagai perempuan Indonesia yang pandai, pekerja keras dan memiliki perawakan yang eksotis. Berikut adalah diskusi panjang terkait pengalaman Olivia dalam kehidupannya di Australia sebagai mahasiswa dan perempuan dari Indonesia:

*“...Living in a foreign country like Australia allows me to learn how people of different nationalities view Indonesian women. Often, many “bule” are amazed of our bravery and how hard working we are. Despite living in a foreign country, many women have high spirits to jump over any hurdles that face them. This includes learning the language, getting accustomed to the new culture, learning to drive a car and to work, which requires Australian recognized certificates of education...”*

*“...From an Indonesian women and student’s point of view, it’s especially hard to miss the common stereotype surrounding Asians students. Often, we are labelled as “intelligent”, and often pointed as “that person who will always get good marks.” Although we are never sure of how true the stereotype is, one thing is for sure; we do work hard for success. Another unmissable point is that there are many Australian Indonesian couple in Australia. Many Australian thinks that Indonesian women look exotic, especially with their golden-brown skin, that many Australian dream of...”*

Terjemahannya,

“...Tinggal di negara asing seperti Australia memberikan saya kesempatan untuk belajar tentang bagaimana orang-orang dengan kebangsaan yang berbeda memandang dan menilai perempuan Indonesia. Seringkali, banyak “bule” takjub akan keberanian kita dan betapa kerasnya kita bekerja. Banyak tantangan yang dihadapi saat



tinggal di negara asing, misalnya harus belajar bahasanya, menyesuaikan diri dengan budayanya, belajar menyetir dan bekerja, dimana dituntut untuk memiliki sertifikat dan legalitas edukasi yang jelas...”

“...Sebagai perempuan Indonesia sekaligus mahasiswa disini, terkadang memang ada strotipe umum tentang pelajar dari Asia. Seringkali, kita diberi label sebagai "cerdas", dan sering ditunjuk sebagai "orang yang akan selalu mendapatkan nilai bagus." Meskipun kita tidak pernah yakin seberapa benar stereotipnya, namun satu hal yang pasti: kami bekerja keras untuk sukses. Banyak orang Australia berpikir bahwa perempuan Indonesia terlihat eksotis, terutama dengan kulit cokelat keemasan mereka, yang dipuja oleh banyak orang Australia...”

Dalam pernyataan dan penjelasan yang diberikan Olivia, nampak bagaimana latar belakangnya yang dipengaruhi oleh budaya timur (Indonesia) dan sekaligus pengalamannya tinggal di budaya barat (Australia), memberikan ruang diskusi yang lebar terkait wacana identitas perempuan Indonesia. Wacana audien (Olivia) ini diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu yakni konteks sosial, budaya dan politik masyarakat tempat dimana ia berinteraksi dan berproses. Latar belakang budayanya sebagai orang Jawa yang lahir di Blitar tentu saja melekat pada diri Olivia. Pekerja keras misalnya, menjadi salah satu label yang melekat pada Olivia sebagai perempuan Indonesia.

Berkaitan dengan hal itu, pertanyaan kritis lainnya adalah terikait **signifikansi keikutsertaan Indonesia dalam kontes kecantikan**. Adakah dampak signifikan bagi Indonesia dalam mengikuti kontes ini? Bagi Fenita, dengan ambil bagian dalam kompetisi ini, Indonesia mampu membuktikan bahwa Indonesia merupakan negara yang patut diperhitungkan. Sebagai bangsa yang ingin diperhitungkan, Indonesia wajib keluar dari pakem-pakem yang ada. Setidaknya seperti mengikuti kontes seperti ini.

Memang banyak kontroversi yang datang dari masyarakat ketika para peserta diwajibkan menggunakan pakaian atau busana tertentu dan memamerkannya. Meskipun demikian, bagi informan Fibriana, pekerja yang sudah lama bekerja di Sydney, Australia ini kontes kecantikan seperti ini tetap saja mampu membawa dampak positif bagi Indonesia. *“Ini adalah tempat yang positif dan ampuh bagi wanita untuk menunjukkan kecantikan, otak dan bakat panggung.”*

Pernyataan serupa juga datang dari informan Olivia yang mengatakan bahwa keikutsertaan Indonesia pasti membawa dampak bagi citra positif Indonesia.

*“...I sincerely believe that Indonesia should partake in such beauty contests as it can contribute positively to the image of Indonesia. Furthermore, through such competitions, it presents Indonesia with a great chance to inform the audiences with the boundless beauty that*

*Indonesia have to offer. Indonesia is a country rich in diversity, with each ethnicity having it's own signature and authentic products to share. Not only will Indonesia be able to improve its aspect through the contribution from Miss Indonesia, it can also increase its exposure to the world. In result to this, it opens new and larger interconnecting network and relationship for economic, political as well as social gains... "*

Terjemahannya,

"...Saya percaya bahwa Indonesia harus turut serta dalam kontes seperti dan pastinya memberi kontribusi positif terhadap citra Indonesia. Selanjutnya, melalui kompetisi semacam itu, Indonesia menghadirkan kesempatan besar untuk memberi tahu khalayak dunia akan keindahan tak terbatas yang dapat ditawarkan Indonesia. Indonesia adalah negara yang kaya akan keragaman, dimana setiap daerah dan etnis memiliki ciri khas produk aslinya untuk dibagikan. Tidak hanya bagi perkembangan Indonesia, tapi juga dapat meningkatkan ekspos dari dunia luar. Akibatnya, ini membuka jaringan interkoneksi dan hubungan baru dan lebih besar untuk keuntungan ekonomi, politik dan sosial..."

Bahasan mengenai keanekaragaman dan potensi pariwisata Indonesia juga disampaikan oleh Ani (48 tahun), yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil di Lombok. Bagi Ani, Indonesia memiliki banyak sekali kekayaan alam dan keanekaragaman budaya yang pantas untuk dipamerkan ke dunia luar. Dengan demikian, perwakilan perempuan Indonesia dalam ajang tersebut hendaknya mampu membawakan citra positif tentang Indonesia.

"...Dalam kaitannya dengan pariwisata, budaya Indonesia perlu mengikuti kontes kecantikan semacam ini karena untuk mempromosikan adat istiadat dan budaya Indonesia dan menarik wisatawan agar berkunjung ke Indonesia setelah melihat keunikan adat istiadat dan budaya kita yang beragam..."

Berdasarkan pernyataan Olivia dan Ani, kedua informan ini sepakat bahwa berbicara mengenai Indonesia tidak lepas dari potensi yang dimilikinya. Signifikansi positif yang diharapkan dari keikutsertaan Indonesia dalam ajang ini dibaca dengan baik oleh para informan yang ada dalam kelompok DH (Dominan Hegemonik). Namun jika dikaji secara kritis, ajang Miss Universe yang digelar ala budaya barat ini menawarkan wacana tentang perempuan cantik ala dunia, perempuan yang ideal yang diakui kecantikannya oleh dunia internasional.

Dalam diskusi selanjutnya terkait **pengalaman menarik ketika Indonesia berlaga di kontes kecantikan**, para informan menilai bahwa keberadaan Indonesia sebagai negara berkarakter dapat dibuktikan melalui kontes kecantikan ini. Wacana tentang adanya kesempatan untuk membuka ruang diskusi antara barat dan timur ini disebut Homi Bhabha sebagai 'ruang ketiga' yang memungkinkan adanya komunikasi, negosiasi, dan dengan implikasi penerjemahan yang menjembatani pertemuan kolonial,

yakni hibriditas (Bhabha dalam Gandhi, 1998: 131). Ruang ketiga yang dijelaskan Bhabha ini tercermin dari penjelasan informan Olivia yang menyatakan kepercayaan dirinya untuk berdiskusi mengenai Indonesia di ajang Miss Universe dengan teman-teman baratnya.

*"...Many of my friends are from Philippines and they had great anticipation for the show after having Pia Wurtzback won for the previous year at 2015. Although France became the winner for 2016, Indonesia had left a big impression to many of my friends who watched the show. They were genuinely impressed by the "burung Garuda" costume worn by Indonesia. Moreover, they were stunned by the intricate details that went into the costume, saying that it was a superb masterpiece that looked beautiful yet powerful saying that it "definitely stood out" to the rest. This proved that people pay great attention to the costume worn by contestants, and that these shows are an excellent medium to showcase a country's culture. In addition, they offer great opportunities to educate audiences around the world about things they may not know about other countries..."*

Terjemahannya,

"...Indonesia telah meninggalkan kesan yang besar kepada banyak teman saya yang menyaksikan pertunjukan tersebut. Mereka benar-benar terkesan dengan kostum "burung Garuda" yang dipakai Indonesia. Terlebih lagi, mereka terpana melihat detail rumit yang masuk ke kostum tersebut, dengan mengatakan bahwa itu adalah mahakarya hebat yang terlihat indah namun kuat mengatakan bahwa itu "benar-benar menonjol" bagi yang lain. Mereka menawarkan kesempatan besar untuk mendidik pemirsa di seluruh dunia tentang hal-hal yang mungkin tidak mereka ketahui tentang negara lain..."

Ruang ketiga ini yang terjadi akibat liputan media atas keikutsertaan Indonesia sebagai negara timur dalam ajang kecantikan ini terjadi pula pada informan Diana.

*"...Dari adanya kontes seperti itu, orang akan lebih mengenal Indonesia. Jadi selain memberi orang lain pengetahuan, kostum nasional Indonesia memang luar biasa dan sangat indah. Ketika saya menjelaskan bahwa inspirasi dari kostum-kostum itu adalah baju adat suku-suku di Indonesia, komentar mereka rata-rata, "There's people wearing the clothes?" Aku bilang iya..."*

Begitu pula yang dialami oleh Ribus (36 tahun), yang sedang menjalani studi magister (S2) di Jerman. Menurut Ribus, kondisi Indonesia saat ini yang terus berkembang mampu membawa Indonesia ke taraf yang lebih layak untuk disejajarkan dengan negara barat.

*"...Dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil, didukung pembangunan infrastruktur yg semakin membaik dan semakin banyaknya jumlah middle class di Indonesia, semakin banyak pula perempuan Indonesia yang memiliki kesempatan untuk mendapatkan pendidikan tinggi, jabatan di perusahaan dan pemerintah juga sangat tinggi..."*

Penjelasan atas ruang ketiga yang memungkinkan pertemuan komunikasi dan negosiasi makna budaya dan identitas Indonesia ini didukung dengan penjelasan Bhabha akan konsep mimikri. Bhabha (1994: 122) mengatakan *'colonial mimicry is the desire for*

*a reformed, recognizable other as a subject of a difference that is almost same, but not quite.* (Mimikri kolonial adalah hasrat akan sebuah reformasi, mengenal 'other' sebagai subyek yang berbeda namun hampir sama, namun tidak benar-benar sama). Dengan kata lain, apa yang diperjuangkan perwakilan perempuan Indonesia dalam kontes kecantikan Miss Universe tersebut merupakan perjuangan yang mimikri. Berusaha mencari kemiripan budaya timur dengan budaya barat agar mendapat pengakuan sebagai subyek timur yang mirip namun tidak sama dengan budaya barat.

Diskusi kemudian berlanjut pada topik terkait **pandangan Anda mengenai perempuan Indonesia secara umum**. Pandangan Olivia mengenai perempuan Indonesia nampaknya mengalami banyak pergeseran dari karakter perempuan Indonesia yang khas berbudaya timur sesungguhnya. Bagi Olivia, perempuan timur (Indonesia) tak kalah pintar dan merupakan sosok pekerja keras layaknya perempuan barat.

"...Saya percaya bahwa perempuan Indonesia adalah orang-orang berbakat dan pekerja keras. Wanita Indonesia benar-benar satu jenis. Mereka berani, baik hati, tanpa pamrih, dan benar-benar tak tertandingi dan tak tergantikan..."

Pernyataan Olivia ini hampir mirip dan sesuara dengan ketiga informan lainnya yang merasa bahwa perempuan Indonesia memiliki karakter yang mandiri dan independen layaknya perempuan barat. Demikian pula pada Diana

"...Perempuan Indonesia sebenarnya sudah cukup muju. Artinya banyak perempuan Indonesia yang menjadi tokoh utama, banyak perempuan Indonesia yang vokal menyuarakan aspirasi mereka. Mereka adalah contoh perempuan Indonesia yang sangat membanggakan..."

Dan juga Fibriana

"...Perempuan Indonesia itu kuat, cantik, kuat tapi juga tenang dan protektif..."

Dalam wacana diskusi tentang identitas perempuan timur dan barat ini, para informan cenderung memposisikan diri mereka dalam kelompok dominan (setuju) bahwa karakter perempuan Indonesia sama sekali berbeda dengan karakter perempuan Indonesia versi 'tradisional.' Dalam perspektif gender melihat posisi perempuan Indonesia dalam pakem-pakem patriarki, tidak lagi berlaku bagi informan perempuan ketika memaknai teks tentang ajang Miss Universe. Para informan cenderung sepakat bahwa perempuan Indonesia saat ini telah mengalami banyak pergeseran karakter. Mereka lebih berani, pekerja keras, pandai, dan membanggakan. Menurut kajian kritis, timur seringkali digambarkan dengan ciri atribut sosial dan psikologis yang bersebrangan dengan barat. Barat identik dengan banyak kelebihan, cerdas, berdaya cipta, independen, sementara timur sebaliknya: ceroboh, berwatak keras, dan bodoh.

Dalam konsep dominasi yang erat kaitannya dengan wacana tentang dunia barat dan dunia timur (perspektif kolonialisme), susunan kekuasaan tertentu akan memperkuat praktik-praktik kolonialisasi dari negara-negara bekas jajahan seperti Indonesia. Menurut Hall dalam McQuail (1987: 66), konsep dominasi yang berarti pemaksaan kerangka pandangan secara langsung terhadap kelas yang lebih lemah, melalui penggunaan kekuatan dan keharusan ideologis. Dominasi dalam konteks ini berlangsung pada tahap sadar maupun tidak sadar. Konsep kesadaran ini seringkali pula disebut kesadaran palsu (*false consciousness*) dimana pada level ini masyarakat belajar untuk melihat diri mereka sebagaimana kelas dominan menginginkan mereka melihat dirinya dengan mengonsumsi produk-produk yang terstruktur dalam dominasi (Matheson, 2005: 58).

Menjadi peserta yang mewakili Indonesia, sang putri Indonesia diharapkan mampu menjadi *figure* perempuan Indonesia yang ideal. Menunjukkan identitas keindonesiaannya, menunjukkan kemampuannya, dan pada akhirnya membentuk pemahaman akan perempuan Indonesia yang ideal dan bercita rasa ketimuran khas Indonesia. Konsep yang diwacanakan dalam ajang Miss Universe ini kemudian bersinggungan dengan konsep modernitas barat. Hal ini mempengaruhi hubungan barat dan timur. Sebagaimana dijelaskan Said (2010: 9) relasi antara barat dan timur adalah relasi kekuasaan, dominasi dan hegemoni yang kompleks. Hubungan hegemoni budaya barat menurut Said memberikan kekuatan baik secara politis, kultural, maupun tekstual terhadap kebudayaan-kebudayaan lain di luar Eropa. Hubungan yang hegemonik ini kemudian memunculkan gagasan yang didasarkan pada kebudayaan barat yang dianggap lebih unggul daripada kebudayaan lain selain barat (Said, 2010: 10).

### **Perempuan Indonesia dalam Keterikatannya dengan 'ketimuran' Indonesia**

Perempuan Indonesia dan kontes kecantikan di panggung dunia selalu menuai kontroversi. Indonesia pernah mengikutkan Andi Botenri namun dilakukan tanpa liputan media massa. Karena penolakan sangat kuat terutama menteri pendidikan Daoed Joesoef (Menteri Pendidikan dan Kebudayaan periode 1977-1982) menolak dengan terbuka keikutsertaan Indonesia. Tahun berikutnya, 1983, Titi DJ dikirim diam-diam untuk mewakili Indonesia dalam kontes Miss World di London Inggris. Sampai tahun 2017, Indonesia masih mengirimkan wakilnya di panggung kontes kecantikan internasional. Bagaimana perempuan memaknai dirinya berkaitan dengan keikutsertaan tersebut? Berikut hasil temuan dan analisa datanya:

Perempuan Indonesia dianggap pantas untuk berkarya dan berkompetisi di panggung internasional meskipun ada catatan yang perlu ditekankan mengenai budaya timur. Kedua informan mengatakan hal yang sama yaitu Ani Pratamawati, seorang PNS di salah satu Kabupaten di Lombok dan Ribus Purwanti seorang perempuan Indonesia yang kini sedang menempuh pendidikan master di Jerman. Berikut penuturannya:

**Ani :** "Pantas saja selama masih mempertahankan **budaya timur**"

**Ribus:** "Saya memandang keikutsertaan Indonesia adalah sebagai bentuk diplomasi budaya. Memperkenalkan Indonesia, menjembatani komunikasi antar budaya, antar negara. Saya melihat kontes kecantikan di tingkat nasional juga berfungsi yang sama". Hanya saja mengkritik oknum yang **mempermasalahkan pakaian** dan kedua mengkritik pemerintah lewat **kesejahteraan sosial**.

Kedua perempuan ini sadar betul bahwa perempuan Indonesia layak untuk berkompetisi di level internasional. Ribus Purwanti, misalnya, perempuan suku bangsa Jawa, menempuh pendidikan sarjana di Universitas Airlangga, kemudian berkarya sebagai seorang *Public Relations* di berbagai hotel bintang lima di Surabaya kemudian melanjutkan di Unilever yang berskala internasional. Saat ini, dia menempuh pendidikan master di Jerman. Latar belakang dari Ribus yang memberikan *frame of reference* dan *field of experience* bagaimana perempuan Indonesia dalam pergaulan internasional bahwa dia dan juga banyak perempuan Indonesia layak dan pantas untuk bersaing dengan perempuan lain dari negara lain.

Perdebatan di kisaran keikutsertaan Indonesia adalah persoalan 'Budaya timur'. Dalam konsepsi 'budaya timur' yang berbeda dengan 'budaya barat'. Budaya timur yang kemudian identik dengan kolektifitas dan nilai-nilai kesopanan akan pakaian menjadikan hal ini polemik. Terutama, ajang ratu kecantikan ini alih-alih menampilkan keterampilan dan keunggulan akademik namun lebih menekankan persoalan kecantikan fisik. Apalagi sponsor pakaian dalam dan baju renang dimana dalam salah satu sesi penjurianya para peserta akan menggunakan pakaian dalam tersebut di depan juri.

Dalam pidato pengukuhan Guru Besar, Prof. Dr. Paschalis Maria Leksono (2009) menjelaskan bagaimana dikotomi budaya barat dan timur adalah sesuatu yang sangat absurd. Leksono, menggunakan dasar pemikirannya atas kajian dari Prof Kuntjoroningrat mengenai pengaruh kolonial Belanda (Barat). Dalam pidatonya, Leksono mengutip dari

Kuntjoroningrat (1975) bahwa identifikasi pada *budaya Timur* tidak masuk akal, karena konsep tersebut diciptakan *Barat* dan untuk kebutuhan *Barat*.

Edward Said dalam Hawley (2001. Hal. 395) dalam bukunya *Orientalisme* yang diterbitkan pertama kali pada 1977 menyebutkan mengenai batas imajiner antara ‘barat’ dan ‘timur’ yang seringkali digunakan untuk menyebut wilayah geografis. Kata “Orient” yang merujuk pada wilayah di Asia, Africa, Arab, India merupakan istilah yang diciptakan Barat (yang merujuk pada Eropa, America, Kanada). Kemudian, ‘east’ dibentuk barat sebagai object akibat dari praktek imperialism (perluasan wilayah jajahan) Eropa kepada wilayah di timur. ‘East’ sebagai object kemudian diasosiasikan dengan pasif, sesuatu yang diwujudkan (oleh Barat dan diada-adakan, peneliti), tidak mau berubah (kuno, peneliti), tetap (atau tidak mau berkembang, peneliti). Apa yang diimajinasikan ‘barat’ terhadap ‘timur’ tidak lain adalah karena praktek dominasi dan ketidakberimbangan (*inequality*).

Informan Ani ketika menyatakan tentang ‘budaya timur’ maka sebenarnya dalam praktek kesadaran dia sebagai bangsa Indonesia adalah yang selama ini dicita-citakan oleh ‘Barat’. Bahwa dalam praktek menjadi Indonesia, kesadaran bahwa kita berbeda dengan mereka adalah sebuah kenyataan yang memang harus berbeda. Ani, meskipun demikian tinggal di Lombok dan interaksi dengan bangsa asing adalah sebatas melihat dan bertemu namun tidak berkomunikasi. Apalagi Lombok adalah wilayah destinasi wisata unggulan yang didatangi wisatawan manca negara. Dalam pengalamannya bertemu dan melihat tersebut, Ani melihat ada sebuah keistimewaan menjadi ‘timur’. Dalam penuturannya di lain topik pertanyaan misalnya Ani mengatakan:

“... Bangsa lain memandang perempuan Indonesia, sebagai perempuan yang berkepribadian dan menjunjung tinggi adab ketimuran...”

Sementara itu, “hybrid teori” mengatakan bahwa membedakan diri west dan east sangatlah absurd ditengah globalisasi sekarang ini. Hybriditas budaya seperti yang disampaikan oleh Homi Bhabha dalam *Location of Culture* (1994) seperti yang diulas oleh adalah Huddart (2006: hal. 4) merupakan sebuah situasi dimana terjadinya percampuran atau bahkan “ketidakmurnian” dari budaya. Konsep ini mengacu kepada percampuran keaslian berbagai bentuk identitas. Dalam konsep ini pula diyakini bahwa identitas budaya mengacu kepada kenyataan bahwa budaya bukan murni namun saling

melakukan kontak satu sama lain, dan kontak budaya inilah yang kemudian membuat percampuran budaya. Dengan kata lain, Homi Bhabha mengatakan bahwa kemurnian sebuah identitas itu niscaya. Namun identitas diperoleh dari berbagai pertemuan budaya. Maka apa yang disampaikan oleh Ani diatas dengan menggunakan kata, '*bangsa lain memandang*' menunjukkan sebuah kesadaran menjadi bangsa Indonesia tidak lain karena apa yang ingin 'barat' ciptakan terhadap 'east'. Interpretasi *negotiate* Ani namun demikian masih terikat pada sikap sikap bangsa terjajah dimana konsep keindonesiaannya tidak lepas dari bagaimana 'barat' memandang 'east'.

Namun demikian, informan lain melihat bahwa persoalan *inequality* dapat dikurangi dengan menunjukkan diri di ajang kontestasi tingkat dunia, kontestasi kecantikan perempuan salah satunya. Indonesia dalam perpolitikan internasional sering disebut sebagai negara dunia ketiga. Dalam kajian Schiller dalam Durham and Kellner (2006: hal.295) menyebutkan bahwa pada kisaran tahun 1960an, dunia internasional dibagi dalam 3 kelompok utama yaitu apa yang disebut sebagai *First World* yaitu kelompok negara yang paling berpengaruh di dunia dimana negara-negara dalam kelompok ini mempunyai perusahaan-perusahaan swasta dan produksinya dikendalikan oleh perusahaan kapitalis. Sedangkan, kelompok *Second World* dimana produksi dimiliki oleh negara dan mereka menyebutnya sebagai negara-negara socialist. Sedangkan kelompok ketiga yang disebut sebagai *Third World* yang merupakan kelompok negara bekas jajahan negara-negara Eropa. Pengelompokan ini secara imajiner dan 'suka-suka' negara maju atau kelompok negara *First world*. Penyebutan ini selain sebagai bentuk dominasi 'Barat' sekaligus sebagai bentuk pembeda (otherness, liyan) 'barat' terhadap 'east'. Maka apa yang disampaikan informan Ribut dan Diana bahwa, keikutsertaan Indonesia dalam kontestasi kecantikan sebenarnya adalah bentuk untuk meminimalkan kesenjangan tersebut. Informan Ribut menggunakan kata 'diplomasi budaya', sedangkan Fenita menggunakan kata 'kesetaraan' Berikut penuturannya:

**Ribut** : "Saya memandang keikutsertaan Indonesia adalah sebagai bentuk diplomasi budaya. Memperkenalkan Indonesia, menjembatani komunikasi antar budaya, antar negara. Saya melihat kontes kecantikan di tingkat nasional juga berfungsi yang sama".

**Diana** Dari adanya kontes seperti itu, orang akan lebih mengenal Indonesia.  
Jadi selain memberi orang lain pengetahuan, kita juga mengetahui hal yang lain lagi. Dan di sana, bisa menjadi ajang



promosi negara peserta, mengenalkan keunikan negara mereka, termasuk Indonesia.  
Makanya ajang ini bisa menjadi salah satu pembuktian seperti apa sebenarnya Indonesia, seberapa kaya kebudayaan Indonesia bahwa penduduk Indonesia bukan kriminal dan bukan teroris.

**Fenita :** “Ramah dan pekerja keras. Negara seperti India, Pakistan, Filipina, China tertarik dengan Indonesia baik pria/wanita. Wanita tetap belum setara dengan pria karena 1. wanita, 2. dari Indonesia. “

Apa yang disampaikan oleh Fenita menarik, dia melihat Indonesia setara dengan India, Pakistan, Filipina dan juga China. Dimana negara negara yang dimaksud oleh Fenita adalah negara-negara dunia ketiga seperti yang diimajinasikan oleh ‘Barat’. Fenita melihat bahwa perempuan dan negara dunia ketiga adalah sebuah layer subordinasi. Sehingga, ajang kontestasi adalah bentuk perjuangan kesetaraan perempuan, khususnya perempuan Indonesia. Ada jenjang persoalan ketidaksetaraan yaitu Indonesia dan perempuan. Indonesia sebagai negara bekas jajahan dan digolongkan dalam negara dunia ketiga dalam peta politik internasional dan kemudian satu panggung dengan kontestan dari negara lain di dunia. Persoalan berikutnya adalah perempuan. Dalam “Can The Subaltern Speak”, Spivak mengatakan bahwa seruan perjuangan buruh tidak mampu untuk melawan kapitalisme global. Peningkatan kelas pekerja di wilayah *periphery* sebagai tindak lanjut dari nilai tambah dan merupakan nilai kemanusiaan dari konsumerisme. Dimana dalam konteks yang luas kehadiran kapitalist sebagai bentuk keragaman dan status structural dalam masyarakat pertanian di wilayah *periphery*. Mengabaikan pekerja internasional, menghadirkan Asia dan juga Africa dengan cara transparan apa adanya (kecuali seolah-olah sebagai subyek dunia ketiga).

Bagaimana solusi untuk menuju kesetaraan? Secara personal dan merupakan langkah pertama bagi Diana adalah penguasaan Bahasa Asing, setidaknya Bahasa Inggris. Penguasaan Bahasa merupakan langkah pertama dalam memahami bangsa lain dan ujungnya juga berujung pada pemahaman diri sebagai individu dalam berbangsa dan bernegara. Apalagi di era globalisasi dimana keniscayaan bahwa kita akan terisolasi dalam budaya sendiri. Pertemuan budaya dengan bangsa lain pasti terjadi. Apalagi di Indonesia, penggunaan Bahasa Asing (Inggris) dalam berbagai produk budaya sudah sangat jamak. Di media, penggunaan nama program acara juga banyak yang menggunakan Bahasa Inggris. Bentuk perjuangan kesetaraan juga dilakukan Diana

dengan belajar Bahasa Asing. Hal ini menunjukkan keinginan untuk berkembang dan belajar, berikut penuturannya

**Diana** : “Karena kami berkomunikasi dengan mereka menggunakan bahasa asing yang bukan bahasa sehari-hari kami”. Artinya, orang asing memandang perempuan Indonesia sosok yang tidak mudah menyerah, percaya diri dan mau belajar (khususnya dalam berkomunikasi).

Dalam kajian terhadap globalisasi, hibriditas dan diaspora, Gandhi (1998: hal. 123) mengatakan bahwa, “...*Ideally, national consciousness ought to pave the way for the emergence of an ethically and politically enlightened global community...*”. Kesadaran bahwa Indonesia bukan satu-satunya sebagai bangsa di dunia ini. Apalagi kesadaran sebagai negara dunia ketiga dan juga negara bekas jajahan, maka semacam ada keharusan dan juga kewajiban untuk mengetahui dan mengenal bahasa dan bangsa lain di dunia ini. Sehingga pertemuan-pertemuan budaya adalah usaha untuk saling mencerahkan kehidupan dan berujung untuk kesetaraan antar bangsa.

#### **Kontes Kecantikan Tidak Lebih Hanya Permainan Kapitalisme**

Pada posisi oposisi atau menolak, secara umum informan tidak memberi tanggapan. Hanya Fenita yang memberi tanggapan, berikut ini:

**Fenita:** *Bahkan untuk industry musikpun, wajah masih menjadi barometer bagi wanita. hanya mereka yang telah mempunyai koneksi yang kuat dan mempunyai modal pendanaan yang kuat yang lebih bisa bertahan pun begitu music dan film hanya beberapa yg berkarakter yang bertahan. baik pria maupun wanita.*

**Fenita melanjutkan**  
*saat ada yang mempunyai kualifikasi lebih tinggi, bahasa komunikasi lancar, maka mereka akan menyerang karakter personal si wanita. Intinya Kesetaraan gender belumlah adil*

Fenita melihat bahwa kontes perempuan semacam Miss Universe, Miss World dan juga kontes kecantikan level internasional tidak lepas dari urusan kapitalisasi perempuan. Dimana Fenita melihat persoalan kepemilikan modal yang kuat dan menariknya juga persoalan kondisi fisik. Fenita tidak melihat persoalan kompetensi, penguasaan keterampilan, dan bahkan jargon kontestasi kecantikan perempuan tentang “brain, beauty, dan behavior” tidak lebih persoalan ‘body’. Meskipun demikian, ketika

perempuan Indonesia mempunyai kualifikasi “brain, beauty, dan behavior” yang disyaratkan oleh panitia penyelenggara, namun belum tentu hal ini menjadikan kontestan tersebut dapat bersaing. Fenita melihat bahwa, karakter kontestan tersebut akan diserang dan akan dikembalikan ke persoalan modalitas kapital.

Kritik terhadap contest kecantikan ini adalah persoalan homogenisasi dan universalitas ‘barat’ terhadap perempuan. Perempuan cantik yang terstandar dan memenuhi kualifikasi yang telah ditentukan. Dalam kajian O’Shaughnessy (1999: hal 256) dikatakan bahwa “...*globalization can lead to homogenization*”. Tidak ada satupun negara yang benar-benar terisolir dari negara dan bangsa lainnya, bahkan Korea Utara yang mengklaim dirinya menutup diri terhadap negara lain. Kemudahan transportasi dan keinginan manusia untuk memperbaiki hidupnya menjadikan manusia menyebar mengakses berbagai informasi dari dunia luar.

Media dan globalisasi adalah sebuah jalinan yang tidak lepas. Globalisasi yang disampaikan oleh O’Shaughnessy tersebut diatas demikian juga menggunakan media salah satunya. Maka apa yang dicita-citakan oleh McLuhan mengenai *global village* tidak sekedar bahwa semua masyarakat akan terhubung dengan jaringan komunikasi namun juga akan terhubung secara budaya satu sama lain.

Dominasi kultural yang dimulai pada tahun 1960an dikatakan sebagai bentuk baru imperialisme (Schiller dalam Durham and Kellner, 2006: hal. 295). Dalam pandangan Schiller tersebut, imperialisme yang berakhir pada Perang Dunia II sebenarnya belumlah usai namun berubah bentuk melalui imperialisme budaya dimana media menjadi agen apa yang disebut Barat sebagai globalisasi media.

Namun, informan tidak melihat bahwa kontes kecantikan adalah bentuk homogenisasi dan standarisasi ‘barat’ terhadap ‘east’. Dia melihat persoalan modal dan modal tubuh yang cantik. Rupanya hal tersebut, tidak saja berkaitan dengan kontestasi kecantikan semata namun juga berkaitan dengan dunia hiburan.

Dalam salah satu sesi acaranya penjurian, para kontestan memang diminta menggunakan baju renang dan *underwear* dengan merek yang sudah ditentukan. Liputan media yang luas secara internasional menjadikan ajang penjurian tidak ubahnya merupakan media iklan yang disiarkan secara langsung. Sehingga, jargon ‘brain, beauty, behavior’ dalam sesi penjurian tersebut menjadi area yang absurd dan abu-abu.

## Kesimpulan

Pada pembacaan *Dominan Hegemonic Pemaknaan* tentang perempuan Indonesia dalam kontes kecantikan oleh para informan yang berada dalam kelompok Dominan Hegemonik (DH) nampaknya beralasan cukup kuat. Pasalnya, konsep keindonesiaan apalagi identitas Indonesia sendiri sebagai bangsa bekas jajahan banyak dipengaruhi oleh budaya barat. Hegemoni akan dominasi budaya barat ini seakan mengubur kesadaran perempuan Indonesia bahwa karakter khas ketimuran yang asli milik Indonesia telah banyak ditawarkan dan dinegosiasikan dalam dimensi global. Perempuan yang mewakili Indonesia dalam kontes kecantikan level dunia ini menjadi produk mimikri yang berupaya menyerupai standar ideal perempuan yang berkarakter global namun masih bercita rasa lokal khas Indonesia. Dengan mengambil bagian dalam ajang Miss Universe, konsep keindonesiaan seakan dimaknai sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari hegemoni dan dominasi budaya barat.

Pada pembacaan *Negotiate Code*, perempuan Indonesia memaknai bahwa keikutsertaan Indonesia di kontestasi kecantikan Internasional adalah bentuk dari memperkenalkan budaya Indonesia, kesetaraan dan namun pemaknaan ini sekaligus mengingatkan dan mengikat perempuan Indonesia akan 'ketimuran'. Pemaknaan kesetaraan seperti yang dicita-citakan banyak perempuan di Indonesia tidak bisa lepas dari keterikatan sebagai bangsa terjajah. Dimana *otherness* yang diimajinasikan 'barat' terhadap wilayah-wilayah jajahan dan bekas jajahan belum menemukan pemaknaan baru. Posisi negosiasi masih pada kesadaran sebagai bangsa bekas jajahan meski proses globalisasi dan diaspora dialami oleh beberapa informan, namun belum berhasil untuk pada posisi kesetaraan masih berupa impian bagi perempuan Indonesia.

Pada pembacaan *oppositional*, perempuan Indonesia melihat bahwa kontestasi kecantikan perempuan tidak lebih sebagai ajang komersialisasi industry kecantikan. Informan menolak anggapan bahwa dengan mengikuti kontestasi tersebut maka kompetensi perempuan Indonesia akan setara dengan perempuan lain terutama perempuan dari negara maju.

Semua informan tidak merujuk pada latar belakang agama, suku bangsa serta usia. Bagi informan, persoalan kontestasi perempuan tidak berkaitan dengan agama, usia dan suku bangsa. Hal ini menjadi menarik, ketika para informan perempuan ini berbicara

tentang Indonesia dan perwakilan Indonesia di kontestasi internasional maka identitas bangsa sebagai bangsa Indonesia menjadi mengemuka. Keindonesiaan perempuan Indonesia menemukan simpul identitas pada persoalan bersama yaitu kontestasi kecantikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Butler, Judith. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Cashmore, Ellis. (1996). *Dictionary Of Race And Ethnic Relations Fourth Edition*. Routledge. London and New York.
- Durham, Meenakshi Gigi and Kellner, Douglas M. (2006). *Media and Cultural Studies : Keywords*. Blackwell Publishing. Australia.
- Gandhi, Leela. (1998). *Postkolonial Theory A critical introduction*. Allen and Unwinn. Australia.
- Hawley, John C. (ed). (2001). *Encyclopedia of postcolonial studies*. Greenwood Publishing Group, US
- Hartley, John. (2003). *A Short History of Cultural Studies*. Sage Publication. New York
- Huddart, David. (2006). *Homi K. Bhabha*. Routledge. London And New York
- Hollows, Jonne. (2010). *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ida, Rachmah. (2014). *Studi Media dan kajian Budaya*. Prenada Media. Jakarta
- Lubis, Akhyar. (2014). *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Littlejohn, Stephen W., Foss. Karen A. (2009). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Littlejohn, Stephen W., Foss. Karen A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publication.
- McQuail, Denis. (1997). *Audience Analysis*. Sage Publications. California
- Matheson, Donald. (2005). *Media Discourse: Analysing Media Text*. New York: Open University Press.
- McQuail, Dennis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- O'Saughnessy, Michael. (1999). *Media and Society an Introduction*. Oxford
- Said, Edward. (2010). *Orientalisme: Menggugat Hegemoni Barat dan Mendudukan Timur Sebagai Subjek*. Yogyakarta: Kanisius.

**Makalah**

Prof. Dr. Paschalis Maria Laksono, M.A. Pada pidato pengukuhan Guru Besar. Diucapkan di depan Rapat Terbuka Majelis Guru Besar. Universitas Gadjah Mada. Pada tanggal 27 Oktober 2009. di Yogyakarta

**Jurnal**

Dewi, Machya. 2009. *Media Massa dan Penyebaran Isu Perempuan*. Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7, Nomor 3, September - Desember 2009 hal. 228 - 236.

**Internet**

Spivak, Gayatri Chakravorty. "Can The Subaltern Speak" [www.mcgill.ca/files/.../Can\\_the\\_subaltern\\_speak.pdf](http://www.mcgill.ca/files/.../Can_the_subaltern_speak.pdf).





UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



# DEVELOPING KNOWLEDGE COMMUNITY

*Quintuple Helix and Beyond*

# Sertifikat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

diberikan kepada

**Anastasia Yuni Widyaningrum**

atas partisipasinya sebagai

**PRESENTER**

pada acara

Konferensi Nasional dengan tema  
**DEVELOPING KNOWLEDGE COMMUNITY**  
"Quintuple Helix and Beyond"  
Yogyakarta, 7-8 September 2017

SPONSORED BY:



MEDIA PARTNER:



**Dr. MG. Ninik Sri Rejeki, M.Si**

Dekdan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta





YAYASAN WIDYA MANDALA SURABAYA  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Jl. Dinoyo 42-44 Telp. (031) 5678478, 5682211 Fax. 5610818 Surabaya 60265  
Website : <http://www.ukwms.ac.id> Email : [pr-office@ukwms.ac.id](mailto:pr-office@ukwms.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor : 3145/WM01/T/2017

Pimpinan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan ini menugaskan :

Nama : **Anastasia Yuni Widyaningrum., S.Sos., M.Med.Kom.**  
NIK : 142.09.0634  
Jabatan : Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
Tugas : Mempresentasikan makalah dengan judul **“Konsepsi Perempuan Indonesia dalam Refleksi Kritis”** dalam **Call for Paper** yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Waktu : Kamis – Jumat, 7 – 8 September 2017  
Tempat : Auditorium Kampus 4, Gedung Teresa  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta  
Lain-lain : Biaya diambilkan dari anggaran Fakultas Ilmu Komunikasi tahun 2017/2018 dengan kode 601.02.2279

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan, harap dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan memberikan laporan selesai melaksanakan tugas.

12 September 2017

a.n. Rektor  
Wakil Rektor I,



**Drs. Y.G. Harto Pramono, Ph.D.**  
NIK. 121.86.0119

TINDASAN :

- Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
- Kepala BAU