

Analisis Isi Konten YouTube Gita Savitri yang berjudul “*Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69*”

Rara Mukarramah¹, Ayu Rachbini², Jimly Natha Wahyu Atmaja³
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat¹
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya^{2,3}
2310414320031@mhs.ulm.ac.id¹,

Abstrak: manusia modern, akrab dengan istilah "*beauty privilege*," yang menggambarkan keuntungan yang dinikmati seseorang di beberapa area hanya karena wajah mereka menarik. Hampir semua orang ingin menjadi lebih menarik secara fisik. Dalam upaya untuk menampilkan citra percaya diri, banyak dari wanita ini mengikuti kompetisi perawatan diri dan peningkatan kosmetik. Dalam keadaan ekstrem, orang dapat menjalani serangkaian prosedur untuk mendapatkan bentuk wajah ideal. Di beberapa tempat hal tersebut menjadi lumrah dan logis untuk dilakukan. Fenomena "*beauty privilege*" kini sering dibahas oleh para *influencer* salah satunya Gita Savitri. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan fenomena *beauty privilege* berdasarkan konten YouTube Gita Savitri yang berjudul "*Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69*". Penelitian ini menggunakan metode analisis konten yang bertujuan untuk menghasilkan tulisan deskriptif tentang konten yang tengah diteliti. Hasil menunjukkan bahwa kecantikan itu relatif dan bukan hanya tentang penampilan fisik, tetapi juga berasal dari hati, banyak wanita merawat diri untuk kebahagiaan pribadi. Semua wanita berhak diperlakukan dengan baik tanpa memandang standar kecantikan. Wanita yang menjaga martabatnya akan mendapatkan perlakuan istimewa. *Beauty privilege* dapat mempengaruhi kehidupan seseorang dalam bersosialisasi sehingga membuat orang merasa lebih nyaman ketika berinteraksi dalam masyarakat. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini terdapat perbedaan dalam berperilaku kepada seseorang sesuai dengan standar kecantikan.

Kata Kunci: *Privilege*, *Kecantikan*, *Wanita*

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang kecantikan menjadi sesuatu yang sangat didambakan untuk dimiliki oleh banyak wanita, bahkan beberapa sudah mulai memikirkan hal tersebut sejak kecil. Pemikiran mengenai menjadi cantik dianggap menjadi hal yang penting karena mampu meningkatkan rasa percaya diri. Peningkatan rasa percaya diri mampu membantu individu untuk berkembang menjadi lebih baik dan mencapai segala tujuan yang ingin dicapai. Kecantikan atau memiliki penampilan menarik dianggap masyarakat luas sebagai sesuatu yang spesial dan simbol kesuksesan (Oktabrina, 2024).

Sebagai makhluk visual, manusia sebagian besar bergantung pada apa yang mereka lihat, seperti kebanyakan primata lainnya (McAndrew, 2021).

Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh para peneliti dari Massachusetts Institute of Technology pada tahun 1996, informasi visual diproses oleh hingga 50% otak manusia. Sementara 8%

otak bertanggung jawab atas persepsi sentuhan, hanya 3% yang bertanggung jawab atas pendengaran. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang kita lihat memiliki dampak yang signifikan terhadap emosi, ide, dan tindakan kita. Pemikiran bahwa penampilan seseorang memiliki pengaruh besar pada penilaian mereka sebagai manusia didasarkan pada situasi ini.

Ketika kita berbicara tentang standar kecantikan masyarakat, kita mengacu pada masalah hak istimewa kecantikan. Hak istimewa kecantikan, yang didefinisikan sebagai "kelebihan atau kemudahan dalam bidang tertentu karena penampilan seseorang yang menarik dan memikat" (Anartia et al., 2024), bukanlah hal baru di dunia modern.

Banyak wanita yang rela berlomba-lomba untuk meningkatkan kecantikannya dengan menjalani perawatan bahkan operasi plastik untuk mendapatkan penampilan yang diinginkan. Karena daya tarik fisik bersifat subjektif, apa yang tampak menarik pada wajah seseorang mungkin tidak menarik bagi orang lain.

Oleh karena itu, pada umumnya terdapat standar kecantikan yang merupakan seperangkat kriteria dan ukuran yang digunakan untuk mengukur daya tarik seseorang. Berbagai macam atribut fisik, seperti tekstur rambut, warna kulit, dan berat badan, tersirat dalam standar kecantikan ini. Di banyak masyarakat, orang lebih toleran dan akomodatif terhadap mereka yang dianggap menarik secara fisik daripada mereka yang dianggap tidak menarik.

Umumnya, penilaian berdasarkan penampilan lambat laun berkembang menjadi diskriminasi berdasarkan daya tarik fisik seseorang. Dengan adanya diskriminasi seperti itu, ada dua konsekuensi yang berbeda. Pertama, seseorang dengan penampilan yang kurang menarik akan diperlakukan dengan buruk dan tidak adil karena penampilannya yang tidak menarik dianggap sama dengan perilakunya. Alasan kedua adalah orang cenderung memperlakukan seseorang dengan baik jika mereka menarik secara fisik (Fadhilah et al., 2023).

Situasi ini menyebabkan orang yang tidak menarik dan tidak memenuhi standar kecantikan akan bekerja lebih keras dan lebih giat untuk membuktikan dirinya, sedangkan mereka yang menarik dan memenuhi standar kecantikan menjadi terbiasa dengan perlakuan baik yang diterimanya.

Keistimewaan kecantikan dapat mempengaruhi persepsi orang lain, terutama dalam aspek karier. Wanita dengan penampilan dan penampilan yang menarik mungkin merasa lebih mudah untuk mendapatkan pekerjaan dan diterima di masyarakat. Akibatnya, jika mereka melakukan kesalahan, orang-orang yang berpenampilan menarik ini sering kali dibela dan didukung. Hal ini secara implisit menunjukkan bahwa saat ini, memiliki penampilan yang menarik menjadi lebih penting. Dengan

adanya isu *beauty privilege* di masyarakat, penting bagi masyarakat untuk memperdalam pemahaman mereka tentang *beauty privilege* dengan mempertimbangkan berbagai perspektif, kerugian, dan konsekuensi yang mungkin terjadi. Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik dan efisien, media yang menarik seperti *youtube* sangat diperlukan (Jocelyn dkk., 2024).

Salah satu kreator yang membahas tentang isu *beauty privilege* adalah Gita Savitri. Wanita kelahiran tahun 1992 telah menyelesaikan studi S2 dan kini berprofesi sebagai *content creator*, *youtuber*, *vlogger*, *blogger*, *social media influencer*, dan penulis. Gita membagikan segala sesuatu, termasuk aktivitas positifnya, programnya, merek yang dipromosikan, dan pendapatnya tentang masalah-masalah tertentu, di akun Instagram pribadinya dan channel YouTube-nya yang memiliki pengikut sebanyak 1,34 juta (Supintou, 2022). Gita savitri pernah menerbitkan sebuah video YouTube tentang *beauty privilege* yang kini telah ditonton sebanyak 1,3 juta kali semenjak dirilis tahun 2021.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melihat lebih jauh mengenai fenomena “*beauty privilege*” yang terjadi pada lingkungan saat ini dengan menganalisa video youtube milik Gita Savitri mengenai *beauty privilege* yang berjudul “*Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69*”. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat gambaran mengenai fenomena “*beauty privilege*” yang dijabarkan dalam konten milik Gita Savitri

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif dengan fokus pada simbol, kalimat, dan pesan dalam konten video. Subjek manusia tidak digunakan sebagai objek penelitian, melainkan analisis diarahkan pada isi media, dalam hal ini video YouTube Gita Savitri yang berjudul “Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak”. Analisis konten merupakan pendekatan yang luas digunakan dalam ilmu komunikasi untuk memahami pesan dalam media cetak maupun digital (Nanang, 2012).

Langkah pertama dalam metodologi ini adalah pengumpulan data, di mana peneliti membuat transkrip penuh dari video YouTube tersebut. Transkrip ini kemudian menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut. Setelah data terkumpul, peneliti mengelompokkan isi video ke dalam beberapa tema utama yang relevan dengan konsep *beauty privilege*, seperti kemudahan dalam mendapatkan pekerjaan, penghargaan sosial, dan persepsi kecerdasan berdasarkan penampilan fisik.

Tahap selanjutnya adalah analisis tema. Setiap tema dianalisis secara mendalam dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang. Peneliti mengeksplorasi bagaimana kecantikan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial dan profesional, dengan menggunakan teori-teori komunikasi sosial dan penelitian terdahulu sebagai kerangka analisis.

Untuk memastikan validitas data, peneliti menerapkan triangulasi teori. Hasil analisis dibandingkan dengan teori-teori dan penelitian-penelitian sebelumnya tentang beauty privilege untuk melihat apakah hasil tersebut konsisten atau menunjukkan perbedaan yang signifikan. Keandalan data dijaga melalui proses pengecekan ulang transkrip dan tema oleh rekan peneliti atau ahli dalam bidang yang sama. Selain itu, penggunaan software analisis kualitatif seperti NVivo dapat membantu dalam pengkodean dan pengelompokan data, sehingga analisis tidak terpengaruh bias individu.

Hasil analisis diinterpretasikan dengan membandingkan data dari video dengan temuan dalam literatur ilmiah yang relevan. Langkah ini memberikan konteks yang lebih luas dan memperkuat validitas interpretasi. Kesimpulan yang diambil diuji kembali dengan mengacu pada studi-studi serupa yang dipublikasikan di jurnal ilmiah. Hal ini memastikan bahwa kesimpulan yang diambil tidak hanya berdasarkan interpretasi subjektif, tetapi juga didukung oleh bukti empiris dari penelitian lain.

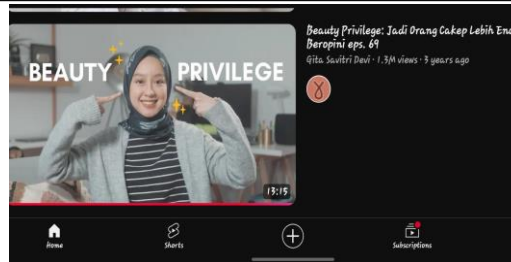
Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya mengandalkan analisis pribadi, tetapi juga memanfaatkan referensi eksternal dan metode yang rigor untuk memastikan keandalan dan validitas hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan dalam tatanan sosial dan budaya masyarakat tidak dapat dipisahkan dari media. Bahkan, dampak media dapat berperan dalam membentuk evolusi sosial dan budaya. Fungsi media dalam masyarakat memungkinkan penyebaran banyak ide dan fakta kepada masyarakat umum. Konstruksi masyarakat telah dipengaruhi, meskipun secara tidak langsung, oleh media. Menurut Ghela Rakhma Islamey (2020), media telah berkontribusi pada pembentukan standar kecantikan.

Youtube adalah salah satu *new media* yang memiliki ciri khas berbentuk digital dan membutuhkan internet. Istilah *New Media* lahir sebagai penyebutan media komunikasi massa. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook. Youtube menggunakan video sebagai konten utamanya; teknologi media *audio visual* dapat membantu proses penyerapan informasi baru. Media komunikasi massa, khususnya Youtube, memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini komunikasi atau audiensnya (Juliana, 2023).

Gita Savitri seorang *content creator, youtuber, vlogger, blogger, social media influencer*, dan penulis, mengutarakan pendapatnya mengenai asumsi keuntungan yang didapatkan orang-orang dengan *beauty privilege* melalui kanal Youtubena sendiri yang berjudul “*Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69*”,

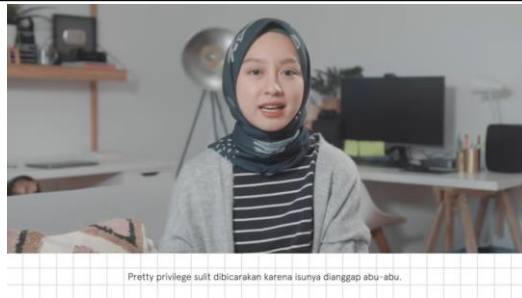


Meskipun mereka tidak secara alami lebih cerdas, lebih produktif, atau lebih terampil, mereka menikmati "efek halo" yang membuat kepribadian mereka yang superior, kecerdasan yang dirasakan, dan kemampuan yang dirasakan membuat mereka lebih mudah menemukan pasangan, mendapatkan pekerjaan, dan memperoleh gaji yang lebih tinggi (Gita Savitri, 2021).

Dari hadirnya statement *beauty privilege* pada masyarakat umum saat ini, masyarakat cenderung beropini bahwa hidup akan mudah ketika mereka memiliki paras yang menawan. Misal, pada beberapa kasus, seorang yang dianggap memiliki *beauty privilege* melakukan salah satu ketimpangan sosial di dalam tatanan masyarakat akan lebih dimaafkan dan tidak jarang masih ada beberapa oknum yang membela dan menormalisasikan hal tersebut. Lain halnya jika yang melakukan ketimpangan sosial tersebut adalah orang tidak memiliki *privilege* tersebut, masyarakat akan cenderung memojokkan, mencaci maki, bahkan hingga berdampak pada mental orang tersebut.

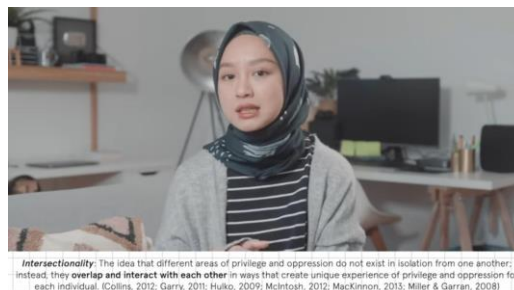
Kendati maraknya massa yang ingin memiliki *beauty privilege*, efek positif dan negatif dari fenomena ini masih diperdebatkan karena konsepnya telah terlalu terikat di masyarakat. Seperti hadirnya istilah standar kecantikan dalam masyarakat sebetulnya sudah ada sejak zaman terdahulu. Namun, seiring berjalannya waktu dan pesatnya kemajuan teknologi, menjadikan standar kecantikan dalam masyarakat dewasa ini dianggap sangat bertolak belakang dengan budaya serta lingkungan di Indonesia. Seperti kulit putih, rambut lurus, hidung mancung, dan lain sebagainya. Dalam masyarakat, standar kecantikan dijadikan sebagai tolak ukur daya tarik seseorang. Sehingga tidak jarang banyak orang terobsesi untuk memenuhi standar kecantikan dengan melakukan berbagai cara agar dapat memenuhi standar yang ada.

Dengan kata lain, saat ini, penampilan yang menarik lebih dihargai daripada memiliki IQ tinggi atau gelar sarjana. Penampilan yang menarik juga membantu seseorang untuk menaiki tangga sosial di tempat-tempat seperti dunia korporat, lingkungan sosial, dan kehidupan pribadi, profesional, dan keluarga. (Ardhiarisa, 2021).



Namun, Gita menyatakan bahwa isu *beauty privilege* ini merupakan isu yang paling sulit dibicarakan atau diangkat, karena jika yang membuka suara adalah orang yang memiliki *privilege* ini maka akan dianggap sombong. Sebaliknya jika yang membuka suara orang yang tidak memiliki *privilege* ini, maka akan dianggap *salty* atau iri terhadap orang yang memiliki *privilege* ini.

Hal ini dikarenakan isu ini membahas mengenai fisik seseorang. Yang mana fisik seseorang tidak dapat dinilai secara *absolute*, kita tidak bisa menyamakan bagaimana kehidupan antara si A dengan si B.



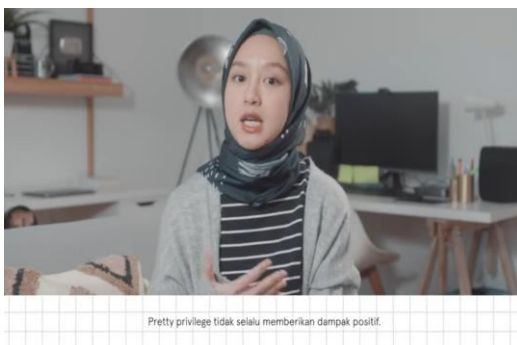
Gita menambahkan mengenai point penting dari *privilege* adalah *intersectionality*. Patricia Hill Collins & Sirma Bilge (2020) *Intersectionality* yaitu bagaimana hubungan kekuasaan yang saling bersinggungan mempengaruhi hubungan sosial di berbagai masyarakat serta pengalaman individu dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai alat analisis, interseksionalitas memandang kategori ras, kelas, gender, seksualitas, kelas, bangsa, kemampuan, etnisitas, dan usia diantara yang lain sebagai sesuatu yang saling terkait dan saling membentuk satu sama lain. *Intersectionality* atau Interseksionalitas adalah cara untuk memahami dan menjelaskan kompleksitas di dunia pada orang dan pengalaman manusia.

Menurut Gita, Interseksionalitas yaitu setiap manusia memiliki berbagai identitas, dan setiap identitas itu berinteraksi satu sama lain. Tiap orang memiliki pengalaman yang unik dan berbeda yang

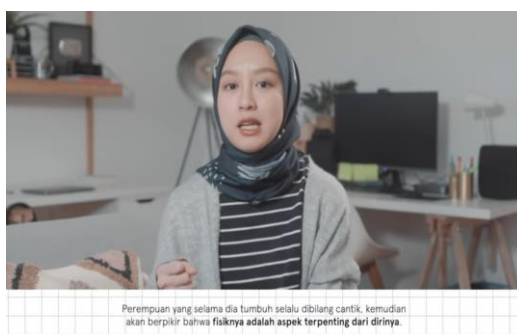
hanya dirasakan oleh orang itu saja. Kita tidak dapat menyamakan pengalaman kehidupan masing-masing individu.

Sebagai contoh, pengalaman perempuan cantik dengan pengalaman laki-laki tampan akan berbeda. Padahal *beauty privilege* ini mengacu pada semua gender tidak terkecuali baik laki-laki maupun perempuan. Namun karena dalam tatanan masyarakat kita laki-laki lebih di atas dibandingkan perempuan maka tentunya pengalaman antara laki-laki dan perempuan akan sangat berbeda.

Pengaruh *beauty privilege* ini cenderung lebih besar kepada perempuan. Karena secara umum, perempuan lebih sering diejek dan di objektifikasi penampilannya. Beda halnya dengan laki-laki, jika seandainya wajahnya dianggap tidak memenuhi standar di masyarakat, namun ia memiliki *privilege* di bidang lain seperti *privilege* ekonomi contohnya, maka masyarakat akan lebih cenderung memaklumi dan akan tetap diterima dalam tatanan masyarakat.



Beauty privilege tidak selalu mengenai dampak positif, melainkan dampak negatif. Orang yang memiliki *beauty privilege* memiliki beban ekspektasi lebih di masyarakat. Misalnya, beberapa perempuan lebih cantik bekerja/belajar lebih keras dibandingkan perempuan biasa untuk membuktikan bahwa mereka tidak hanya sekedar cantik saja. Karena terkadang beberapa orang beranggapan bahwa perempuan cantik hanya menggunakan kecantikan tanpa adanya kemampuan yang kompeten dalam pekerjaannya.



Dalam satu konteks, *beauty privilege* juga akan membentuk pandangan tidak sehat yang mana perempuan akan berpikir bahwa penampilan fisik adalah salah satu point dan konsentrasi utama

dalam hidupnya. Sehingga mereka hanya berfokus pada kecantikan luar saja dan melupakan bahwa kecantikan dari dalam seperti etika serta tingkah laku juga merupakan hal penting.

KESIMPULAN

Analisis terhadap video YouTube "Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69" oleh Gita Savitri menunjukkan bahwa beauty privilege memengaruhi dinamika sosial secara signifikan. Temuan utama mencakup pengakuan akan eksistensi privilege dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi perlakuan sosial, terutama dalam konteks standar kecantikan yang tidak sesuai dengan budaya lokal. Selain itu, dampak psikologis bagi individu yang memiliki atau tidak memiliki beauty privilege mencerminkan tantangan dalam bersosialisasi dan mendapatkan penerimaan sosial. Kesimpulan ini menegaskan bahwa kecantikan bersifat subjektif dan setiap individu berhak mendapatkan perlakuan hormat tanpa diskriminasi berdasarkan penampilan fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anartia, N., Amaretha, R., & Meltareza, R. (2024). *Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram*. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 27–40.
- Aprilianty, S., Komariah, S. and Abdullah, M. N. A. (2023). *Konsep Beauty Privilege Membentuk Kekerasan Simbolik*. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(1), hal 149-154
- Ardhiarisa, N. (2021). *Representasi Kecantikan Perempuan dan Isu Beauty Privilege Dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes tentang Film Imperfect Karya Ernest Prakasa)*. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1(1), hal 1-14
- Chen, T., Lian, K., Lorenzana, D., Shahzad, N., & Wong, R. (2020). *Occidentalisation of beauty standards: Eurocentrism in Asia*. *International Socioeconomics Laboratory*, 1(2), 1-11.
- Collins, P. H., & Bilge, S. (2020). *Intersectionality*. John Wiley & Sons.
- Devi, G. S. (2021). "Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps. 69", Youtube. https://youtu.be/fTW05DvtdZ8?si=YDlyHTP_ICW8CL5Q
- Fadhilah, A., Kharisma, D. M., & Asyahidda, F. N. (2023). *Analisis Fenomena "Beauty Privilege" Dalam Status Sosial Siswa Sekolah Menengah Atas: (Studi Kasus Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung)*. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha*, 5(3), 247–253.
- Humayra, Z. S., dkk (2023). *Beauty Privilege: Benarkah Sebagai Penentu Potensi Kepercayaan Diri Siswa?*. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(4), hal 10-22.

-
- Islamey, G. R. (2020). *Wacana standar kecantikan perempuan Indonesia pada sampul majalah Femina*. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 110-119.
- Jessia, S., & Pribadi, M. A. (2023). *Representasi Kecantikan dalam Drama Korea True Beauty (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. *Koneksi*, 7(1), 1-12.
- Jocelyn, J., Andriano, S., & Satria, H. W. (2024). *Interpretation of Beauty Privilege in Film (Case Study of Reception Analysis of the "Backstage" Film)*. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 12(1), 68-77.
- Juliana, I. (2023). *Pengaruh terpaan konten youtube Jovi Adhiguna terhadap opini remaja mengenai kecantikan*. Widya Mandala Surabaya Catholic University.
- Martono, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif; Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oktabrina, I. Z. (2024). *The Relationship between Body Image and Beauty Privilege*. Universitas Darul Ulum.
- Supintou, A. (2022). *Biodata dan Profil Gita Savitri, YouTuber yang Kembali Tuai Pro-Kontra*. IDN Times.