



Konsep Diri Model Perempuan *Plus Size* yang Terlibat dalam *Gungkek Management*

Ida Ayu Kiyani Cahya Aridewi^{*a}, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi^a,
I Gst. Ngr. Agung Krisna Aditya^a

^a Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

* Correspondence: kiyanicahyaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang terlibat dalam *Gungkek Management*. Tujuan dari penelitian ini adalah menguraikan dan menganalisis secara sosiologis terkait dengan pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang terlibat dalam *Gungkek Management*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif-eksplanatif. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan para model perempuan *plus size* yang terlibat dalam *Gungkek Management* pernah merasakan tekanan dari mitos kecantikan. Meskipun demikian mereka mampu mengembangkan konsep kecantikan yang lebih inklusif berdasarkan preferensi pribadi, kesehatan, dan kenyamanan diri mereka sebagai individu yang bebas. Kendati demikian, dalam penelitian ini didapatkan bahwa konsep diri model perempuan *plus size* bersifat dinamis yang akan terus berubah karena dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang mereka alami. Dalam penelitian ini konsep diri para model perempuan *plus size* yang kuat dan positif merupakan bentuk dari penerimaan diri mereka terhadap situasi yang mereka hadapi, yaitu diskriminasi bentuk tubuh akibat dari adanya stigma-stigma dari mitos kecantikan.

Kata kunci : model perempuan *plus size*, konsep diri, mitos kecantikan.

Abstract

This research focuses on the formation of the self-concept of plus size female models who are members of Gungkek Management. The purpose of this research is to describe and analyze sociologically related to the formation of the self-concept of plus size female models who are members of Gungkek Management. The method used in this research is a qualitative approach with descriptive-explanatory type. This study found that overall the plus size female models who are members of Gungkek Management have felt pressure from beauty myths. However, they are able to develop a more inclusive concept of beauty based on their personal preferences, health, and comfort as free individuals. Nevertheless, this study found that the self-concept of plus size female models is dynamic and will continue to change because it is influenced by the situations and conditions they experience. In this study, the strong and positive self-concept of plus size female models is a form of self-acceptance of the situation they face, namely body shape discrimination due to the stigma of the beauty myth.

Keywords: *plus size female model, self concept, beauty myth.*

1. PENDAHULUAN

Kata “cantik” tidak pernah lepas dari perempuan. Lekatnya konsep cantik dengan perempuan menjadikan kecantikan seolah-olah sebagai sesuatu yang mutlak bagi perempuan. Dengan kata lain setiap perempuan didambakan memiliki paras yang cantik bahkan sejak dini. Hal ini menciptakan tekanan sosial yang besar bagi perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang ada di dalam masyarakat.

Lebih mendalam, Lianawati (2020) menyatakan bahwa perempuan telah diajarkan mengenai konsep imbalan dan hukuman atas kecantikan mereka sejak kecil. Anak perempuan yang cantik kerap kali menerima pujian atas kecantikannya sebagai bentuk imbalan, sedangkan anak perempuan yang tidak

termasuk dalam kriteria cantik akan menerima diskriminasi oleh lingkungannya sebagai bentuk dari hukuman. Sehingga identitas perempuan yang lekat dengan “kecantikan” membuat perempuan menaruh perhatian lebih pada hal tersebut karena secara tidak disadari menyangkut harga diri perempuan (Wolf, 2004: 32).

Ukuran cantik sejatinya bersifat relatif dengan artian setiap orang memiliki persepsinya masing-masing mengenai kriteria cantik. Akan tetapi, terdapat narasi besar mengenai cantik yang berkembang dalam masyarakat diatur dalam sebuah tolak ukur, yaitu standar kecantikan. Aprilita & Listyani (2016: 1) menyatakan bahwa dengan adanya standar dan kriteria-kriteria tersebut menyamakan persepsi masyarakat mengenai pelabelan cantik untuk seorang perempuan. Standar kecantikan mengatur bagaimana visualisasi perempuan cantik yang direpresentasikan melalui paras wajah dan bentuk tubuhnya. Namun, perlu diketahui bersama bahwa kecantikan sifatnya relatif yang mana setiap wilayah memiliki standar kecantikannya tersendiri. Standar kecantikan perempuan Indonesia umumnya merujuk pada figur perempuan langsing yang memiliki kulit putih yang mulus.

Terkait dengan relatifitas standar kecantikan dalam masyarakat ternyata media mengambil andil dalam menyamakan persepsi masyarakat akan kriteria-kriteria pelabelan perempuan cantik. Pernyataan tersebut sejalan dengan yang dinyatakan oleh Naomi Wolf (dalam Wiasti, 2012: 2) bahwa media mengkonstruksikan cantik dengan kriteria seperti kulit yang mulus dan putih, wajah simetris, tubuh yang tinggi dan langsing dengan pinggul ramping dan payudara yang kencang. Media mengkonstruksi persepsi masyarakat mengenai kecantikan pada perempuan yang tidak realistis, tubuh ideal perempuan digambarkan sebagai tubuh yang langsing. Mengenai hal tersebut Lianawati (2020) sepakat dengan Naomi Wolf mengenai hadirnya mitos kecantikan yang dibebankan kepada perempuan sebab adanya standar kecantikan tidak realistis yang disebarkan secara masif oleh media. Media pada akhirnya terus menyebarkan dan mereproduksi mitos kecantikan lewat konten-konten yang ditampilkan seperti iklan, pamflet, reklame, dan lainnya.

Dengan adanya paparan berlebihan oleh media mengenai mitos kecantikan membuat para perempuan menjadikan tubuh sebagai fokus kekhawatirannya. Tanpa disadari perempuan selalu berusaha mencapai sosok ideal yang digambarkan oleh media. Dalam konteks penelitian ini perempuan selalu ingin mencapai bentuk tubuh ideal, yaitu bertubuh langsing. Perempuan tidak menyadari bahwa tubuh ideal yang ditampilkan oleh media tidak realistis, hal itu yang kemudian memicu perempuan merasa tidak nyaman dengan bentuk tubuhnya (Lianawati, 2020).

Disamping itu media juga berperan dalam konstruksi stigma negatif pada perempuan yang tidak sesuai dalam kriteria mitos kecantikan. Konstruksi tersebut terdapat dalam konten-konten yang ditayangkan oleh media, seperti iklan, film, komik, dan lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut Amru & Setiansah (2021: 2) menyatakan bahwa dalam konten-konten yang ditampilkan media, perempuan yang direpresentasikan tidak cantik kerap kali mendapatkan perlakuan yang buruk oleh orang di sekitarnya. Sebagai contoh, salah satu iklan produk diet, yaitu WRP Diet Center versi butterfly yang dianalisis oleh Cholidah (2015:427) bahwa dalam iklan tersebut digambarkan tokoh seorang ibu yang merasa dirinya lahir kembali setelah mengikuti program diet dari WRP diet center, yang mana sebelumnya tokoh tersebut bertubuh gemuk dan ia mendapatkan cibiran dari orang sekitarnya karena bentuk tubuhnya sehingga membuatnya tidak percaya diri. Namun, setelah mengikuti program diet tubuhnya berubah menjadi langsing pada saat itu lah ia merasa percaya diri. Cholidah (2015) menyatakan bahwa melalui beberapa adegan tersebut terkonstruksi bahwa perempuan yang bertubuh gemuk dinilai memiliki penampilan yang tidak menarik sehingga mendapatkan perlakuan yang buruk, sebaliknya dengan perempuan kurus/langsing.

Terkait dengan itu Amru & Setiansah (2021) menyatakan bahwa konstruksi media mengenai standar tubuh ideal perempuan secara terus menerus membentuk makna dan tindakan yang mengarah pada diskriminasi tubuh perempuan. Meskipun niat awal media demi memenuhi kebutuhan industri, tetapi konstruksi standar tubuh ideal perempuan oleh media tanpa disadari melahirkan makna bahwa perempuan dengan bentuk tubuh tidak ideal merupakan perempuan yang tidak cantik. Melalui hal tersebut lahir berbagai stigma negatif terhadap perempuan bertubuh gemuk. Adapun pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Basir, dkk (2022) yang menyatakan bahwa media sosial membentuk persepsi masyarakat akan cantik perempuan, dalam hasil penelitiannya ditemukan bahwa dalam bersosial

media (khususnya di TikTok) perempuan yang memiliki penampilan fisik tidak sesuai dengan standar kecantikan seringkali mendapatkan diskriminasi. Salah satu contohnya, perempuan bertubuh gemuk kerap kali dianggap sebagai perempuan yang malas merawat tubuh dan penampilannya.

Pada dunia kesehatan Ferrari (2022) dalam Vice.com menyatakan bahwa kesehatan terdapat stigma negatif bahwa perempuan gemuk tidak bisa hamil karena bentuk badannya dan seringkali ketika perempuan gemuk mengalami gangguan reproduksi, bentuk tubuhnya adalah hal pertama yang disalahkan. Berbagai stigma negatif mengenai perempuan gemuk melahirkan perilaku diskriminasi terhadap tubuh perempuan yang biasa dikenal dengan sebutan *body shaming*. Mengenai fenomena *body shaming* menurut hasil survei yang dilakukan oleh ZAP Beauty Index (2020) (dalam katadata.co, 2021) terdapat 62,2% perempuan di Indonesia yang mengalami *body shaming* dalam hidupnya dan 47% diantaranya disebabkan oleh tubuh yang terlalu berisi.

Lianawati (2020) menyatakan dalam kecantikan perempuan terdapat konsep imbalan dan hukuman, diskriminasi sebagai bentuk dari hukuman yang didapatkan oleh perempuan gemuk membawa dampak negatif pada kondisi psikologis perempuan. Dalam upaya menyelaraskan diri dengan standar kecantikan yang berlaku perempuan bertubuh gemuk kerap kali menempuh jalur yang ekstrim seperti melakukan diet ekstrim. Salah satunya mengutip Berty (2022) pada liputan6.com seorang ibu asal Beijing, China mengalami gangguan makan, anoreksia nervosa akibat dari melakukan diet ekstrim selama setahun karena kenaikan berat badannya pasca melahirkan. Tekanan permanen yang diberikan oleh masyarakat kepada perempuan perihal bentuk tubuh dan kecantikannya tidak jarang menyebabkan gangguan psikologis pada perempuan. Mulai dari kepercayaan diri yang rendah (*insecurity*) hingga gangguan makan seperti anorexia, *body dysmorphic* dan gangguan kepribadian lainnya. Dengan adanya standar kecantikan yang memuat standar tubuh ideal, perempuan dibuat mempertanyakan kedudukan dirinya dalam tubuhnya sendiri (Wolf, 2004: 543).

Sebagai solusinya Naomi Wolf (2004) menyatakan jika perempuan ingin membebaskan diri dari belenggu standar kecantikan yang mengurung badannya, yang pertama-tama harus dilakukan adalah menciptakan cara pandang baru. Cara pandang tersebut nantinya akan mengubah pola pikir mengenai standar tubuh perempuan. Seiring perkembangan zaman standar kecantikan perempuan di era modern ini semakin terbuka dan inklusif, perempuan mulai mengadopsi cara pandang positif untuk citra tubuh. Hal tersebut dituangkan dalam gerakan *body positivity*.

Milatihofa, dkk (2021) menyatakan bahwa gerakan *body positivity* merupakan suatu pola pikir positif mengenai bentuk tubuh yang dimiliki oleh individu terlepas dari standar bentuk tubuh ideal yang berlaku dalam masyarakat. Lewat gerakan ini perempuan dapat merayakan bentuk tubuh mereka sebagaimana mestinya. Melalui gerakan *body positivity* lahir berbagai komunitas sebagai wujud nyata dari gerakan ini. Salah satunya adalah komunitas model *plus size* asal Pulau Dewata, Gunggek *Management*. Komunitas ini mewadahi perempuan-perempuan bertubuh gemuk untuk dapat mengekspresikan dan mengembangkan potensi diri mereka sebagai seorang model busana. Mengenai hal tersebut Arumingtyas (2018) menyatakan bahwa masyarakat selama ini telah dikonstruksi secara konstan oleh media bahwa model dari sebuah produk busana idealnya memiliki tubuh yang kurus. Konsep tersebut diinternalisasi oleh masyarakat yang membentuk pemikiran bahwa model busana haruslah perempuan yang kurus. Namun, kehadiran komunitas model busana Gunggek *Management* mendobrak pemikiran tradisional masyarakat tentang standar tubuh ideal para model busana perempuan. Hadirnya komunitas ini membantu mengurangi beratnya beban sosial yang ditanggung oleh para perempuan bertubuh gemuk.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat fenomena dimana perempuan gemuk mengalami tekanan dan diskriminasi atas mitos kecantikan. Oleh sebab itu, para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* menjadi menarik untuk diteliti sebab peneliti melihat bahwa mereka mampu menjadi agen perubahan dalam suatu konstruksi sosial masyarakat, yaitu mitos kecantikan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pembentukan konsep diri pada model-model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* di tengah adanya berbagai stigma negatif di masyarakat mengenai perempuan bertubuh gemuk. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Mitos Kecantikan milik Naomi Wolf sebagai pisau bedah untuk menganalisis rumusan masalah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Yusuf (2014: 43) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif dapat digunakan ketika peneliti ingin melihat dan menjelaskan suatu situasi maupun objek dengan tujuan untuk menemukan makna atau pemahaman yang mendalam terhadap suatu permasalahan, kemudian data yang tampak berupa data berbentuk kualitatif berupa gambar, kata maupun kejadian. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa pendekatan kualitatif digunakan jika ingin menjelaskan suatu fenomena secara mendalam serta menyajikannya dalam bentuk data yang bersifat kualitatif. Lebih jauh, menurut Anggito Albi & Johan Setiawan (dalam Widyantari, 2022) penelitian kualitatif dimaknai sebagai metode penelitian yang berfungsi untuk mengeksplorasi, mengelaborasi serta memahami lebih jauh tentang makna dari suatu fenomena yang terjadi di masyarakat, dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrumen kunci penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif. Metode eksplanatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat. Pendekatan kualitatif dengan metode eksplanatif menjadi sangat penting digunakan karena dapat membantu memberikan penjelasan secara rinci terkait pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management*.

Sulistiarso (2014) menyatakan bahwa lokasi penelitian merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkan lokasi penelitian yang sesuai dengan objek dan tujuan penelitian akan mempermudah peneliti kedepannya dalam melakukan penelitian. Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti komunitas model *plus size* *Gunggek Management* tidak memiliki satu lokasi spesifik tempat berkumpulnya kelompok mereka/*basecamp*. Anggota komunitas hanya berkumpul jika ada aktivitas atau acara komunitas di lokasi yang berbeda-beda. Penelitian nantinya akan dilakukan di tempat yang berbeda-beda, tetapi terdapat beberapa lokasi yang terletak di seputaran Kota Denpasar dan Badung yang menjadi tempat berlangsungnya kegiatan komunitas. Dipilihnya Kota Denpasar menjadi lokasi penelitian karena berdasarkan hasil observasi oleh penelitian aktivitas komunitas *Gunggek Management* sering dilakukan di seputaran *mall-mall* di Kota Denpasar, aktivitas seperti peragaan busana atau acara bulanan komunitas. Alasan dipilihnya Badung sebagai lokasi penelitian karena aktivitas komunitas mayoritas dilakukan di Badung, seperti aktivitas latihan *modeling* yang dilakukan di beberapa studio *modeling* di Badung dan juga lokasi toko busana *plus size*, House of Gunggek berlokasi di Jalan Rambutan Puri No.27, Angantaka, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali.

Noeng Muhadjir (dalam Rijali, 2018: 84) mendefinisikan analisis data sebagai upaya dalam mencari dan menata data hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai fenomena yang diteliti serta menyajikannya sebagai hasil temuan bagi orang lain. Proses analisis data dilakukan sebelum penelitian dilakukan, saat di lapangan dan saat penelitian telah usai. Kemudian, hasil temuan di lapangan disusun secara sistematis yang kemudian dicari makna dari hasil tersebut. Dalam pencarian makna dari data hasil penelitian diperlukan kemampuan atau pengetahuan peneliti mengenai fenomena yang diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Dimana proses analisis data dilakukan secara terus menerus sampai data yang diperoleh peneliti dapat dianggap kredibel sehingga data yang diperoleh rampung dan lengkap. Penelitian ini menggunakan analisis data di lapangan model Miles and Huberman. Menurut, Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan dinamis atau terus menerus sampai rampung sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data dibagi menjadi empat bagian, yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*). Pada tahapan pertama yaitu pengumpulan data dimana analisis data dimulai sejak pengumpulan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Diri Model Perempuan *Plus Size* yang Tergabung dalam *Gunggek Management*

Konsep Diri dalam Perspektif Sosiologis Terkait Model Perempuan *Plus Size* yang Tergabung Dalam *Gunggek Management*

Konsep diri model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management* secara sosiologis dapat didefinisikan sebagai bentuk penilaian diri para model meliputi penampilan fisik, diri pribadi dan sosial, serta sikap terhadap penilaian, pandangan, dan pendapat orang lain. Konsep diri tersebut bukan bawaan lahir melainkan terbentuk dari adanya interaksi dan kontak sosial individu dengan lingkungannya serta pengalaman individu yang kemudian mempengaruhi pikiran sehingga mendorong sebuah tindakan diri. Pernyataan tersebut sejalan dengan pemikiran Mead (2022) mengenai konsep diri secara sosiologis yang memuat 3 aspek yang saling berkaitan yaitu, pikiran (*mind*), diri (*self*), dan lingkungan (*society*).

Berdasarkan hasil observasi dan penelitian terhadap model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management* menunjukkan bahwa konsep diri mereka secara keseluruhan cenderung mengarah kepada konsep diri yang positif dan kuat. Hal tersebut tercermin dari kemampuan para model perempuan *Plus size* dalam menerima semua aspek dalam dirinya, termasuk bentuk dan ukuran tubuh mereka yang berbeda dengan standar kecantikan perempuan yang umumnya berlaku. Mereka dengan tegas membuktikan bahwa meskipun memiliki tubuh yang gemuk, yang berbeda dengan ukuran dan bentuk tubuh model konvensional, mereka memiliki peluang yang sama untuk menjadi seorang model. Bentuk dan ukuran tubuh tidak mereka anggap sebagai suatu kekurangan atau pun hambatan dalam mengekspresikan diri mereka, sikap tersebut merupakan indikasi dari konsep diri yang positif seperti yang dijelaskan oleh Rakhmat (dalam Purnamasari, 2017: 105).

Pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management* dipengaruhi oleh aspek pikiran (*mind*) mereka. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa para model *plus size* *Gunggek Management* memiliki pemahaman mengenai kecantikan yang lebih inklusif. Mereka meyakini dan memahami bahwa tidak ada standar kecantikan baku yang mengatur perempuan, perempuan cantik tidak terbatas pada bentuk fisik. Pemahaman tersebut merupakan penggunaan simbol dan makna yang mereka dapatkan dari interaksi sosial mereka dengan lingkungannya yaitu *significant others* yang mencakup keluarga, pasangan, dan teman para model perempuan *plus size* *Gunggek Management* kemudian *group reference* pada penelitian ini adalah anggota komunitas *Gunggek Management* dan *generalized others* yang merujuk pada pandangan, norma, dan ekspektasi sosial dalam masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bukti bahwa lingkungan (*society*) para model perempuan *plus size* *Gunggek Management* menunjukkan ada pengaruh dalam pembentukan konsep diri mereka sebagai model perempuan *plus size*. Berdasarkan penelitian didapatkan hasil bahwa beberapa model perempuan *plus size* *Gunggek Management* kurang mendapatkan dukungan dan menerima respon negatif dari *significant others* mereka. Namun, hadirnya *Gunggek Management* sebagai *group reference* memberikan dukungan penuh bagi mereka, sehingga penolakan yang mereka terima dari orang terdekat tidak terlalu mempengaruhi konsep diri mereka karena berada di dalam komunitas yang solid.

Pikiran (*mind*) para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management* mengenai pemahaman mengenai kecantikan yang lebih inklusif didapatkan dari lingkungan (*society*) mereka yang penuh dukungan. Kemudian, kedua aspek tersebut mempengaruhi diri (*self*) para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management*. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini didapatkan bahwa secara keseluruhan model perempuan *plus size* *Gunggek Management* didominasi oleh diri "I" mereka sebagai subyek yang persepsi dirinya tidak terlalu dipengaruhi oleh pandangan, penilaian masyarakat dan ekspektasi sosial yang berlaku. Masyarakat rata-rata memiliki pandangan dan penilaian yang negatif terhadap perempuan gemuk, terlebih lagi jika mereka berprofesi sebagai model. Namun, para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam *Gunggek Management* dapat dengan percaya diri menghadapi dan mematahkan pandangan dan ekspektasi masyarakat bahwa model harus memiliki tubuh langsing untuk dianggap cantik. Mereka mampu merefleksikan ekspektasi orang lain terhadap diri mereka dan membuat pilihan baru yang sesuai dengan diri mereka sendiri. Namun, dalam penelitian ditemukan bahwa sebelum bergabung sebagai model perempuan *plus size* di *Gunggek Management*, kebanyakan dari

mereka lebih dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dan pandangan masyarakat mengenai standar kecantikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya dominasi diri “Me” pada diri mereka yang menyebabkan mereka melakukan berbagai cara, termasuk diet ekstrim dan mengonsumsi pil pelangsing untuk mencapai standar kecantikan. Hal tersebut menunjukkan adanya perjalanan pembentukan konsep diri para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management*. Dalam proses tersebut mereka banyak dibantu dan dipengaruhi oleh Gunggek *Management* dalam mengembangkan diri “I” mereka. Sehingga diri “I” mereka mampu merefleksikan dan mengevaluasi “Me”.

Konsep Diri Model Perempuan *Plus Size* Gunggek *Management* dalam Teori Mitos Kecantikan Naomi Wolf

Mitos kecantikan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management*. Bagi mereka, tekanan dari mitos kecantikan dapat dirasakan secara langsung dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam karir mereka sebagai model perempuan *plus size* yang tidak sesuai dengan standar kecantikan tradisional. Namun, berdasarkan hasil analisis pada sub bab sebelumnya ditemukan hasil bahwa para model perempuan *plus size* Gunggek *Management* memiliki konsep diri yang kuat dan positif. Maka dalam sub bab ini akan dianalisis mengenai persepsi dan penafsiran para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* terhadap mitos kecantikan, serta pengaruh mitos kecantikan terhadap persepsi diri mereka.

Dalam teori mitos kecantikan oleh Naomi Wolf dijelaskan bahwa terdapat 6 mitos kecantikan yang mengikat perempuan dari berbagai aspek kehidupan. Keenam aspek tersebut memberikan pengaruh besar dalam pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* Gunggek *Management*. Berikut analisis keenam aspek tersebut terhadap persepsi diri dan kecantikan para model *plus size* Gunggek *Management* :

1. Mitos kecantikan dalam lingkungan kerja

Dalam teori mitos kecantikan dinyatakan bahwa perempuan harus selalu tampil cantik untuk bisa mendapatkan pekerjaan dan jabatan, seperti yang dinyatakan oleh Wolf (2004: 58) bahwa perempuan karier harus selalu memperhatikan penampilan fisik mereka. Kecantikan menjadi salah satu kualifikasi atau tuntutan bagi perempuan untuk dapat melakukan suatu pekerjaan atau mendapatkan kedudukan dalam dunia kerja, dalam teori Naomi Wolf hal tersebut ia sebut dengan PBQ (*professional beauty qualification*). Dengan demikian, konsep “kecantikan” menjadi representasi dari profesionalisme dan nilai bagi perempuan dalam dunia kerja. Perempuan yang dianggap cantik seringkali mendapatkan kemudahan dalam berkarir (Wolf, 2002: 45).

Triani (2023: 73) menyatakan bahwa mitos kecantikan di lingkungan kerja menekankan pada standar fisik yang mencakup pada penampilan menarik dengan tinggi badan tertentu. Pada pekerjaan yang melibatkan tampil di publik biasanya memiliki standar kecantikan yang lebih spesifik, seperti seorang model yang dituntut memiliki tubuh langsing dan tinggi, kulit mulus dan putih, serta lainnya. Namun, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Gunggek *Management*, sebuah agensi *modeling* ternyata tidak menerapkan standar kecantikan fisik yang sempit.

Berdasarkan beberapa pernyataan para model perempuan *plus size* Gunggek *Management* disimpulkan bahwa meskipun mereka berada di dalam lingkungan yang sehat pada konteks ini ada lingkungan komunitas Gunggek *Management*. Namun, sebagai perempuan hidup mereka di masyarakat tetap terperangkap dalam mitos kecantikan. Mitos kecantikan sifatnya memaksa sebagai alat politik yang secara disadari maupun tidak, mengatur kehidupan perempuan dalam berbagai aspek, salah satunya dalam lingkungan kerja. Mitos kecantikan seolah-olah membenarkan diskriminasi fisik dalam lingkungan kerja seperti yang dialami oleh Ribka, Luna, Mariya dan Nancy, karena mitos kecantikan menjelma sebagai syarat ujian valid untuk mendapatkan posisi pekerjaan yang layak bagi perempuan dan seringkali hanya melalui kecantikan perempuan akan dihargai hasil kerjanya. Diskriminasi yang mereka terima tentunya mempengaruhi pembentukan konsep diri, tetapi hal tersebut tidak menjadi satu-satunya faktor.

2. Mitos Kecantikan Dalam Kebudayaan

Mitos kecantikan dalam kebudayaan memberatkan perempuan dengan standar kecantikan yang telah diyakini bersama oleh masyarakat. Setiap negara memiliki kebudayaan berbeda-beda mengenai mitos kecantikan yang dijadikan idealisasi oleh para perempuan. Kemudian, mitos tersebut disebarkan lewat media komunikasi, termasuk media sosial. Mitos kecantikan yang lumrah tersebar di media adalah perempuan cantik adalah perempuan muda yang memiliki kulit mulus, badan yang langsing dan tinggi, serta rambut panjang. Mitos tersebut kemudian diyakini oleh masyarakat Indonesia sebagai idealisasi cantik bagi perempuan.

Berdasarkan beberapa pendapat para model *plus size* Gunggek *Management*, disimpulkan bahwa mitos kecantikan dalam kebudayaan banyak mempengaruhi persepsi mereka soal kecantikan pada perempuan termasuk dirinya. Beberapa model menerima tekanan atas hal tersebut, tetapi dalam penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa setelah mereka bergabung menjadi model perempuan *plus size* di Gunggek *Management* mereka menginternalisasi pandangan baru mengenai kecantikan lewat gerakan budaya baru, yaitu gerakan *body positivity*. Gerakan budaya tersebut menentang standar kecantikan tradisional dan memandang kecantikan lewat penerimaan tubuh yang lebih beragam.

3. Mitos Kecantikan Sebagai Agama Baru

Wolf menggambarkan kecantikan sebagai sebuah ritus keagamaan yang setiap perempuan harus menaatinya sebagai pedoman hidup. Mitos kecantikan dalam religi menempatkan kecantikan sebagai suatu hal murni yang harus dicapai oleh semua perempuan agar mereka bisa hidup sukses dalam masyarakat. Sehingga tidak jarang para perempuan berlomba-lomba untuk menjadi cantik. Mitos kecantikan dalam religi dialami oleh Luna, Nancy dan Virginia, ketiga model perempuan *plus size* Gunggek *Management* ini pernah melakukan usaha seperti diet ekstrim, mengonsumsi pil penurun berat badan, dan melakukan perawatan untuk menjadi cantik yang diyakini oleh masyarakat

4. Mitos Kecantikan Dalam Seks

Dalam mitos kecantikan paras cantik pada perempuan dipercayai dapat meningkatkan kualitas seksualnya. Oleh sebab itu muncul anggapan bahwa perempuan cantik dapat dengan mudah menarik laki-laki, terutama dalam kaitannya dengan seks. Adanya mitos kecantikan dalam seks membatasi pengalaman dan kemampuan seksual perempuan.

Anggapan bahwa perempuan cantik lebih mudah menarik laki-laki membuat banyak perempuan rela melakukan banyak hal demi menjadi cantik agar bisa bernilai di mata laki-laki. Pandangan tersebut secara tidak langsung mempengaruhi persepsi perempuan terhadap tubuh dan seksualitas mereka, terutama dalam konteks hubungan interpersonal.

Melalui pernyataan yang disampaikan oleh responden, dapat dilihat anggapan tentang kecantikan sangat berpengaruh pada hubungan berpasangan, terutama dalam konteks seksualitas. Mitos kecantikan dalam seks menempatkan perempuan dalam posisi objek dari laki-laki sebagai pasangannya. Hal tersebut tercermin dari pengalaman model-model perempuan Gunggek *Management* yang mengalami tekanan dan diskriminasi dari pasangan mereka karena bentuk tubuh yang dianggap tidak sesuai dengan kecantikan yang dipersepsikan oleh pasangannya. Pada sisi lain Virginia dan Sina sebagai model perempuan *plus size* juga menguatkan pandangan tersebut. Virginia menyoroti bahwa dalam masyarakat, perempuan yang dianggap cantik seringkali dianggap lebih pantas mendapatkan perhatian lawan jenis. Hal tersebut tentunya berdampak pada persepsi dan perlakuan pada perempuan yang dianggap kurang cantik, dalam beberapa kasus bahkan dapat mengakibatkan pengkhianatan dari pasangan mereka.

5. Mitos Kecantikan Dalam Rasa Lapar

Dalam pandangan mitos kecantikan perempuan harus bertubuh ramping agar dipandang cantik sehingga mereka harus merasakan rasa lapar. Hanya perempuan langsing yang dilihat cantik dan dihargai keberadaannya. Rasa lapar dalam mitos kecantikan ini merujuk pada diet ketat, minum obat pelangsing, serta menghadirkan ketakutan terhadap lemak, termasuk makanan-makanan berlemak secara berlebihan (Wolf, 2004: 233).

Mitos kecantikan dalam rasa lapar dialami oleh sebagian besar informan, yaitu model perempuan *plus size* Gunggek *Management*. Mereka rela merasakan rasa lapar demi tubuh ramping seperti model iklan dan majalah.

Mitos kecantikan dalam rasa lapar dibuktikan dengan para model perempuan *plus size* Gunggek *Management* yang melakukan diet ekstrim yang sampai berpengaruh pada kesehatan mereka seperti yang dialami oleh Ribka dan Mariya, minum pil diet yang menyebabkan reaksi berlebihan pada tubuh seperti yang alami oleh Nancy, serta mengikuti program diet yang menghabiskan banyak uang seperti yang dilakukan oleh Luna. Sebagian besar dari model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* pernah mengalami mitos kecantikan dalam rasa lapar demi mendapatkan badan yang langsing. Namun, pada sisi lain persepsi mereka mengenai cantik harus langsing perlahan berubah semenjak menjadi model *plus size* di Gunggek *Management*, rata-rata mereka tidak lagi menahan rasa lapar demi tubuh yang langsing. Mereka mulai menerima bentuk badan mereka dan hanya menjaga pola makan demi kesehatan agar tidak sampai pada titik obesitas

6. Mitos Kecantikan Dalam Kekerasan

Mitos kecantikan menyebabkan timbulnya kekerasan pada perempuan. Naomi Wolf (2004) menyatakan bahwa mitos kecantikan ini menyebarkan “penyakit” baru untuk perempuan, adanya mitos kecantikan membuat perempuan menyakiti tubuhnya sendiri demi menjadi “cantik”. Perempuan menyakiti tubuh mereka lewat rasa lapar berupa diet demi mendapatkan tubuh ideal sesuai citra cantik perempuan dalam masyarakat. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, hadir bedah kosmetik atau bedah plastik sebagai solusi instan dari keresahan perempuan akan fisiknya yang tidak sesuai standar.

Dalam masyarakat juga tersebar istilah “*Beauty Is Pain*” yang merujuk pada keyakinan bahwa untuk mencapai kecantikan yang diidealkan dalam masyarakat, seorang perempuan harus bersedia menanggung rasa sakit atau ketidaknyaman fisik. Mengenai hal tersebut beberapa model perempuan *plus size* mengetahui dan sempat meyakini istilah tersebut, mereka berpikir bahwa memang untuk menjadi “cantik” perempuan harus mau berkorban, jadi kesakitan bukan hal besar bagi mereka.

Melalui analisis keenam mitos kecantikan di atas didapatkan hasil bahwa dalam aspek kehidupan perempuan mitos kecantikan memiliki dampak yang signifikan dalam pembentukan persepsi kecantikan perempuan para model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management*. Hal tersebut dirasakan oleh sebagian besar dari model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management*, dimana mitos kecantikan membentuk persepsi kecantikan pada perempuan lain termasuk kepada diri mereka sendiri seperti yang dialami Luna, Sina, Mariya, Virginia, Yuni, dan Nancy bahwa mereka sempat berpandangan bahwa perempuan cantik adalah perempuan yang berpenampilan fisik sesuai standar kecantikan.

Pada sisi lain dengan adanya mitos kecantikan yang meyakini standar kecantikan fisik tidak realistis, model-model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* mengalami berbagai tekanan. Tekanan-tekanan tersebut kemudian mempengaruhi konsep diri mereka, terutama pada hal penilaian terhadap penampilan fisik mereka. Berdasarkan penelitian didapatkan hasil analisis bahwa sebelum mereka akhirnya memutuskan untuk menjadi seorang model perempuan *plus size*, mitos kecantikan sangat mendominasi persepsi diri mereka, salah satu contohnya adalah Ribka yang mendapatkan tekanan mitos kecantikan dalam lingkungan kerja dimana ia gagal mendapatkan posisi pekerjaannya sebagai *customer service* hanya karena tubuhnya yang gemuk, pengalaman diskriminasi tersebut membuatnya merasa dipandang sebelah mata dan merasa rendah diri. Namun, pengalaman diskriminasi yang ia dapatkan juga menjadi pemicu bagi Ribka untuk membuktikan kemampuannya dengan mengikuti kontes Model Hunt 2023 Gunggek *Management*. Melalui pengalaman Ribka terlihat proses pembentukan konsep diri menuju konsep diri yang positif dan kuat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Konsep Diri Model Perempuan *Plus Size* Yang Terhubung Dalam Gungkek *Management*, penulis menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, yakni secara sosiologis pembentukan konsep diri para model *plus size* merupakan hasil dari interaksi kompleks antara pikiran (*mind*), diri (*self*), dan lingkungan (*society*).

Dalam penelitian ini didapatkan adanya perjalanan dari pembentukan konsep diri para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management*. Awalnya, sebelum menjadi model *plus size* diri mereka besar dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dan masyarakat, hal tersebut ditandai dengan sikap dan perilaku mereka yang berupaya untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis. Namun, setelah bergabung menjadi model perempuan *plus size* di Gungkek *Management*, melalui dukungan dan interaksi komunitas mereka dapat mengembangkan persepsi inklusif tentang kecantikan pada perempuan, termasuk pada diri mereka. Persepsi tersebut akhirnya memperkuat keyakinan diri para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management* bahwa mereka cantik dan berharga dengan keunikan mereka sendiri tanpa harus menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang sempit. Sehingga mereka mampu memiliki konsep diri yang positif dan berkeyakinan kuat bahwa mereka mampu menghadapi berbagai stigma yang hadir akibat dari mitos kecantikan.

Dengan teori mitos kecantikan, Naomi Wolf menjelaskan bahwa dalam kehidupan perempuan terdapat 6 mitos kecantikan yang menekan perempuan dari berbagai aspek kehidupan, yaitu mitos kecantikan dalam lingkungan kerja, mitos kecantikan dalam kebudayaan, mitos kecantikan sebagai agama baru, mitos kecantikan dalam seks, mitos kecantikan dalam rasa lapar, dan mitos kecantikan dalam kekerasan. Berdasarkan penelitian didapatkan bahwa secara keseluruhan para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management* pernah merasakan tekanan dari keenam mitos kecantikan, sehingga seringkali mereka merasa bahwa yang dinyatakan mitos kecantikan adalah kebenaran yang harus diikuti atau dicapai. Meskipun demikian para model perempuan *plus size* memahami bahwa kecantikan sifatnya inklusif, sehingga mereka mampu mengembangkan standar kecantikan mereka sendiri yang berlandaskan tiga nilai yaitu, preferensi pribadi, kesehatan, dan kenyamanan diri mereka sebagai individu yang bebas.

Nilai-nilai tersebut mereka temukan dan kembangkan ketika bergabung ke dalam komunitas model *plus size* Gungkek *Management* melalui interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas. Melalui hal tersebut maka para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management* memiliki konsep diri yang positif dan kuat untuk mempertahankan nilai-nilai yang mereka yakini di tengah-tengah eksistensi dari mitos kecantikan. Kendati demikian dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa adanya kompleksitas dalam pembentukan konsep diri para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management*. Meskipun para model perempuan *plus size* Gungkek *Management* memiliki persepsi kecantikan inklusif dan berada di dalam lingkungan komunitas yang mendukung, dalam penelitian ditemukan bahwa secara tidak mereka sadari stigma dari mitos kecantikan masih mempengaruhi persepsi dan tindakan mereka terkait penampilan fisik.

Hal tersebut menunjukkan bahwa mitos kecantikan tidak hanya sekedar nilai-nilai yang telah diinternalisasi oleh individu, tetapi juga merupakan suatu alat kontrol sosial yang kuat dalam menentukan idealisasi kecantikan perempuan yang diakui oleh masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa konsep diri para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gungkek *Management* pada dasarnya tidak bersifat absolut, melainkan akan terus berubah dan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang mereka alami. Dalam konteks penelitian ini konsep diri para model perempuan *plus size* Gungkek *Management* yang kuat dan positif merupakan bentuk penerimaan diri mereka terhadap situasi yang mereka hadapi, yaitu diskriminasi bentuk tubuh yang disebabkan oleh hadirnya stigma dari mitos kecantikan.

Saran

Terkait pada fenomena di lapangan yang menunjukkan bahwa adanya kompleksitas pembentukan konsep diri model perempuan *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management*, dimana didapatkan hasil bahwa ini konsep diri para model perempuan *plus size* Gunggek *Management* yang kuat dan positif merupakan bentuk penerimaan diri mereka terhadap situasi yang mereka hadapi, yaitu diskriminasi bentuk tubuh yang disebabkan oleh hadirnya mitos kecantikan. Penulis kemudian memberi saran guna menjadi pertimbangan bagi pihak yang terkait. Adapun saran yang penulis ajukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi para model *plus size* yang tergabung dalam Gunggek *Management* perlu untuk memahami konsep diri mereka pribadi secara mendalam agar tidak mudah dipengaruhi oleh pandangan dan ekspektasi negatif dari lingkungan sekitar. Dengan memahami diri secara mendalam, maka para model perempuan *plus size* dapat mempertahankan nilai-nilai yang telah mereka yakini dan tidak mudah tergiring arus yang berdampak negatif bagi mereka. Dalam konteks ini ketika mereka telah memahami diri mereka sendiri maka dapat memperkuat konsep diri mereka.
2. Bagi pihak pengelola Gunggek *Management* untuk terus memberikan dukungan dan pendampingan secara psikologis kepada para model perempuan *plus size*. Hal tersebut dapat dilakukan lewat konseling, pelatihan, dan seminar untuk memperkuat dan mengembangkan konsep diri positif para model dan menghindari dampak negatif dari stigma mitos kecantikan.
3. Komunitas Gunggek *Management* agar mengkampanyekan lebih luas mengenai kecantikan yang inklusif mengenai keberagaman bentuk tubuh kepada masyarakat luas. Dengan demikian, diharapkan persepsi masyarakat mengenai standar kecantikan perempuan perlahan berubah menjadi lebih inklusif. Sehingga, keberadaan model perempuan *plus size* mulai diterima dalam masyarakat.
4. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lanjutan terkait komunitas Gunggek *Management*. Dalam penelitian ini peneliti tidak berfokus pada komunitas Gunggek *Management* melainkan kepada para model perempuan *plus size* yang bergabung dalam Gunggek *Management*, maka diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar memperdalam analisis mengenai komunitas Gunggek *Management*. Selain itu, penelitian lanjutan juga diharapkan dapat mengeksplorasi potensi *plus size* menjadi suatu standar kecantikan baru dalam masyarakat.
5. Kaum perempuan diharapkan dapat memahami bahwa kecantikan bukanlah satu-satunya alat ukur tunggal dan mutlak yang menentukan nilai diri seorang perempuan. Dengan meningkatkan kesadaran diri tentang nilai-nilai pribadi, seperti kemampuan diri dan keterampilan perempuan dapat memperkuat konsep diri mereka di tengah-tengah masyarakat yang masih meyakini kehadiran mitos kecantikan.
6. Masyarakat diharapkan dapat memperluas persepsi mengenai kecantikan dengan mengakui dan menghargai keberagaman bentuk tubuh. Hal tersebut termasuk menghargai berbagai ukuran tubuh, warna kulit, tekstur rambut, bentuk wajah, dan lainnya tanpa meyakini satu idealisasi kecantikan sebagai satu-satunya definisi kecantikan perempuan. Dengan mampu menerima dan menghargai keberagaman bentuk tubuh maka perlahan-lahan stigma mitos kecantikan akan memudar, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang aman dan positif.

Daftar Pustaka

- Amru, V. F., & Setiansah, M. (2021). Ketika Perempuan Tidak Cantik: Analisis Atas Representasi Perempuan Dalam Webtoon *The Secret Of Angel*. *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 1-13.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pauan_girl). *Jurnal Paradigma : Jurnal Sosiologi*, 4(3), 1-13.
- Arumingtyas, B. B. (2018). Mendobrak Kriteria Perempuan sebagai Model Busana dalam Indonesia *Plus-Size Festival 2018*. *Journal of Urban Society's Arts*, 5(2), 66-73. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada

- Basir, N. S. D., Tsalastsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram. *SNIS : Jurnal Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 566-575. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Bbc. (2016, May 24). *Facebook minta maaf telah melarang iklan orang gemuk*. Diakses pada: Maret,21, 2024 dari laman BBC News: https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/05/160524_majalah_ipitek_facebook_minta_maaf
- Berty, T. S. (2022, June 28). *Diet Ekstrem sampai Anoreksia Nervosa, Berat Badan Wanita di China Ini Hanya 25 Kg*. diakses pada 23 Maret, 2023 dalam laman Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/global/read/4996747/diet-ekstrem-sampai-anoreksia-nervosa-berat-badan-wanita-di-china-ini-hanya-25-kg>
- Cholidah, L. I. (2015). Citra Tubuh Ideal Perempuan dalam Iklan Televisi. *ANIDA: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 14(2), 418-429. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati
- Ferrari, B. (2022, September 10). *Stigma Terhadap Orang Gemuk Dapat Membahayakan Perempuan Hamil*. diakses pada 20 Maret, 2023 dalam laman VICE: <https://www.vice.com/id/article/pkpi9z/stigma-terhadap-orang-gemuk-dapat-membahayakan-perempuan-hamil>
- Katadata.co. (2021, September 14). *Tubuh Terlalu Berisi, Alasan Utama Perempuan Indonesia Terkena Body Shaming*. Databoks. Diakses pada 13 Desember, 2023, dalam laman <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/tubuh-terlalu-berisi-alasan-utama-perempuan-indonesia-terkena-body-shaming>
- Lianawati, E. (2021). *Ada Serigala Betina Dalam Diri Setiap Perempuan: Psikologi Feminis Untuk Meretas Patriarki*. Yogyakarta : EA Books.
- Mead, G. H. (2022). *Mind, Self & Society: Pikiran, Diri dan Masyarakat*. Yogyakarta : FORUM.
- Milatihofa, Kusrin, & Arindawati, W. A. (n.d.). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 139-247. Bandung: Universitas Pasundan
- Purnamasari, D. (2017). Konsep Diri Pada Penari Androgini (Studi Kasus Pada Kelompok Penari Laki-Laki WAP Crew). Surabaya : Universitas Airlangga.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiarso, S. F. (2014). Peran Pelatihan dan Bimbingan Khusus untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Sentra Pengrajin Gerabah di Desa Tondowulan, Kec. Plandaan, Kab. Jombang. Malang: UIN Malang.
- Triani, A. W., & Tjahjono, T. (2023). Mitos Kecantikan dalam Kumpulan Cerita Kitab Kawin Karya Laksmi Pamuntjak (Kajian Feminisme Liberal Naomi Wolf). *BAPALA : Jurnal Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya*, 10(2), 71-83.
- Wiasti, N. M. (2012). Redefinisi Kecantikan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Perempuan Bali, di Kota Denpasar. *Piramida : Jurnal Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 1-20. Denpasar: Universitas Udayana
- Widyantari, K. A. (2022). Tinjauan Sosiologis Difusi Inovasi Qris Pada Pedagang di Pasar Rakyat Phula Kerti Kota Denpasar. Denpasar : Universitas Udayana.
- Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta : Penerbit Niagara.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.